

Treball de fi de grau

Títol

El relat dels Comuns
Les campanyes d'En Comú Podem, primera pedra d'una nova
identitat política a Catalunya

Autor/a

Jaume Ribas i Vilanova

Tutor/a

Josep Àngel Guimerà i Orts

Departament Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat

Grau Periodisme

Tipus de TFG Recerca

Data 01/06/2017

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	El relat dels Comuns Les campanyes d'En Comú Podem, primera pedra d'una nova identitat política		
Castellà:	El relato de los Comuns Las campañas de En Comú Podem, primera piedra de una nueva identidad política		
Anglès:	The discourse of 'els Comuns' Campaigns of En Comú Podem, a groundwork for a new political identity		
Autor/a:	Jaume Ribas i Vilanova		
Tutor/a:	Josep Àngel Guimerà i Orts		
Curs:	2016/17	Grau:	Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:	comunicació política, discurs, identitat política, En Comú Podem, comuns, política, Catalunya
Castellà:	comunicación política, discurso, identidad política, En Comú Podem, comuns, política, Cataluña
Anglès:	political communication, discourse, political identities, En Comú Podem, comuns, politics, Catalonia

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	El treball pretén estudiar com s'ha creat un nou discurs polític a Catalunya. S'han analitzat les campanyes d'En Comú Podem per a les eleccions generals espanyoles del 20 de desembre de 2015 i el 26 de juny de 2016 a través dels propis documents interns de la candidatura, articles de premsa, conferències i entrevistes. Els resultats mostren que aquestes campanyes han contribuït a crear una identitat política nova i un discurs nou que seran la base del nou partit polític impulsat pels membres d'En Comú Podem.
Castellà:	El trabajo pretende estudiar como se ha creado un nuevo discurso político en Cataluña. Se han analizado las campañas de En Comú Podem para las elecciones generales españolas del 20 de diciembre de 2015 y el 26 de junio de 2016 a través de los propios documentos internos de la candidatura, artículos de prensa, conferencias y entrevistas. Los resultados muestran que estas campañas han contribuido a crear una identidad política nueva y un discurso nuevo que seran la base del nuevo partido político impulsado por los partidos miembros de En Comú Podem.
Anglès:	The work aims to study how a new political discourse has emerged in Catalonia. There have been analyzed the campaigns for the Spanish general election of the 20th of December 2015 and 26th of June 2016 of the coalition En comú Podem through its own internal documents, press articles, conferences and interviews. The results show that these campaigns have contributed to create a new political identity and a new discourse which will be the groundwork of the political party risen by the forming members of En Comú Podem.

Al meu tutor, en Josep Àngel, que s'ha implicat en aquest treball i ha cregut en jo més del que ho hauria d'haver fet.

A na Paola Lo Cascio i a tots els companys 'comuns' que m'han obert les portes i m'han permès conèixer un poc millor el món de la política ben feta.

Als antirègims, per aguantar-me les curolles i enriquir-me amb les sevr.

A ma mare, que m'ha parit, m'ha estimat, m'ha patrocinat i m'ha animat per arribar fins aquí. I a mon pare, que no m'ha parit però també li dec molt.

Índex de continguts

1. Introducció.....	5
1.1 Objectiu i justificació.....	5
1.2 Marc teòric.....	6
1.3 Metodologia.....	8
2. Anàlisi de documents.....	12
2.1 Document de Treball Estratègia.....	12
2.2 Document de Relat i Missatges de Campanya.....	14
2.3 Document de Relat Espai Polític.....	17
Nous, però de lluny.....	17
La triple crisi.....	18
Empoderament i relleu.....	19
Guanyar un futur millor i liderar una Catalunya nova.....	20
Valors del nou partit.....	20
2.4 Articles en premsa i conferències.....	23
Escenaris de temps constituents.....	23
Sortir del bloqueig. Reconstruir l'esperança.....	25
Una nova força política per a Catalunya.....	26
Una nova eina per a Catalunya.....	28
3. Anàlisi d'entrevistes.....	31
La identitat política dels 'comuns'.....	31
D'En Comú Podem al nou subjecte.....	32
El referèndum i la qüestió nacional.....	32
Demoscòpia i organització de les campanyes.....	33
Diferència entre les campanyes: el 20D i el 26J.....	34
Els adversaris: convergents i populars.....	34
El paper de Barcelona En Comú en el conjunt dels 'comuns'.....	35
Les aportacions d'ICV al 'comuns' i la seva presència al relat.....	36
Les aportacions d'EUiA al 'comuns'.....	37
La integració parcial de Podem als 'comuns' i les seves aportacions.....	37
4. Conclusions.....	39
El discurs 'comú'.....	39
Campanyes i organització.....	40
El nou subjecte i la identitat 'comuna'.....	40
Fonts consultades.....	42
Annex 1 – Entrevistes.....	44

1. Introducció

El sistema polític espanyol i català ha viscut en els darrers anys canvis importants com no s'havien vist en dècades. En l'àmbit estatal, el primer gran canvi es produeix en les eleccions europees de 2014. En aquells comicis, el PP i el PSOE van obtenir menys del 50% dels vots a tot l'Estat i va irrompre amb força un nou partit, Podem. A Catalunya, les eleccions europees foren les primeres en que Esquerra Republicana (ERC) va superar la candidatura en què participava Convergència Democràtica de Catalunya (CDC) a Catalunya.

Mesos després, el maig del 2015, Barcelona En Comú va aconseguir l'alcaldia de la capital. La candidatura agrupava un nucli impulsor construït al voltant de la figura de la candidata, Ada Colau, i tres nous i vells partits: Podem, per un costat, i Iniciativa i Esquerra Unida per l'altre.

Immersos en el mateix cicle electoral, la candidatura d'En Comú Podem (ECP) va aconseguir ser la primera força a Catalunya en les eleccions generals celebrades el 20 de desembre de 2015 i el 26 de juny de 2016. A més, entre les primeres i les segones eleccions a Corts, s'anuncia la intenció de les quatre forces de crear un nou partit d'àmbit català.

És així com es va solidificant l'espai dels 'comuns' que, al cap i a la fi, és el nom amb què s'acaben coneixent les diferents candidatures que s'havien anat fent per afrontar els diferents comicis en què participen aquestes quatre forces.

Així doncs, el sorgiment de Podem a nivell estatal i de l'espai dels 'comuns' a Catalunya és un canvi rellevant i significatiu en el sistema de partits i en el panorama polític en general. El cas dels 'comuns', però, és especialment complex perquè és fruit de diferents campanyes i processos en què hi participen diferents forces de la "nova" i la "vella" política.

1.1 Objectiu i justificació

L'objectiu d'aquest treball és estudiar com la candidatura d'En Comú Podem i, en general, l'espai dels 'comuns' han construït el seu relat i com s'ha desenvolupat una identitat política nova a Catalunya lligada a aquestes experiències. L'interès acadèmic de la qüestió té a veure sobretot amb l'aparició d'un espai polític nou que, amb poc temps i des de dues candidatures diferents, aconsegueix fites electorals tan importants com fer-se amb l'alcaldia de Barcelona o guanyar dues vegades unes eleccions generals a Catalunya.

Tanmateix, tot i que l'interès de l'estudi es basa en una qüestió d'actualitat, de novetat i, fins i tot, d'interès personal¹ entronca amb algunes de les tendències investigadores actuals en el camp de la comunicació política. Segons Martínez Nicolás, per exemple, un dels problemes actuals de la

1 Aquest interès personal deriva d'haver tractat periodísticament la configuració del nou partit dels 'comuns' i d'haver-hi col·laborat a nivell professional. Primer vaig treballar per a En Comú Podem fent tasques d'argumentari i discurs a la campanya del 26 de juny de 2016 i hi he seguit col·laborant durant el curs 2016-2017 fent feina de seguiment a premsa des del setembre del 2016 fins al maig de 2017.

recerca en comunicació política és l'estudi de períodes de temps curts (citat a Marqués, 2017: 10). En unes declaracions al a revista de la Associació de Comunicació Política (ACOP) que:

Las investigaciones siguen apostando por analizar cortos períodos de tiempo. Lo interesante no es analizar acontecimientos sino procesos políticos, entendidos como temáticas que se prolongan en el tiempo sin solución determinada. Ese es un tema no resuelto aún. Seguramente debido al cortoplacismo con el que trabajan muchos investigadores. Es mucho más costoso recoger esa información

Tal com reivindica Martínez Nicolás, doncs, aquesta recerca té la voluntat d'ajudar a fotografiar un procés, el sorgiment i la consolidació dels 'comuns' a Catalunya, tot i que el gruix del material i l'anàlisi correspon concretament a les campanyes d'En Comú Podem al Congrés.

En un altre article, el mateix investigador critica la perspectiva sovint "mediacèntrica" que els investigadors de comunicació política apliquen a l'Estat espanyol (Martínez Nicolás, 2007: 2015).

"*Diversidad e interacción* son dos cualidades características de la esfera pública democrática que suelen quedar, a nuestro parecer, un tanto relegadas por la orientación predominantemente mediacéntrica de las investigaciones sobre Comunicación Política en España. En su expresión más evidente, ese mediacentrismo conduce a primar como objeto de estudio los medios informativos. Es el caso, por ejemplo, de los numerosos trabajos que analizan la cobertura informativa de las campañas electorales o de determinados acontecimientos. Escasean, en cambio, los que se plantean aspectos referidos a otros sujetos políticos; por ejemplo, los mecanismos de producción comunicativa que instituyen o sus propios discursos".

Com volent suplir, molt humilment, aquesta carència que exposava el 2007 Martínez Nicolás, aquest treball intenta estudiar precisament els "mecanismes de producció comunicativa" i el relat que creen.

Per a elaborar aquest treball, ens hem centrat sobretot en l'estudi dels discurs d'En Comú Podem a les dues campanyes en que ha participat i n'hem estudiat dos documents interns. A fi d'obrir el focus i de trobar elements per a estudiar millor tot el procés fora dels moments més calents electoralment, també s'ha recorregut a un document posterior elaborat pel mateix grup humà i a un seguit de conferències i articles publicats per Xavier Domènech. D'aquesta manera, es pretén analitzar un procés que transcendeix els moments de campanya i que sovint ha de conjugar una batalla electoral en el curt termini i la construcció de tot un bagatge polític en el mitjà i el llarg termini.

1.2 Marc teòric

La creació d'un relat polític és un procés complex i és possible abordar-lo des d'aproximacions i marcs teòrics diversos. En aquest cas, les aportacions de María José Canel donen elements útils per comprendre el principal objecte d'estudi central d'aquest treball: el partit. En un context estricte de campanya, Canel (2008) considera que el missatge polític té tres components:

El mensaje electoral tiene tres componentes: el partidista (el partido político es la institución que respalda la participación en una campaña), el programático (es la oferta electoral específica que se hace a los votantes) y el personal (es el candidato, la persona que hará visible al partido y al programa con nombre y apellidos) (p.45).

A més, Canel atribueix certes característiques a cadascun d'aquests tres components. Dels partits,

diu que tenen: 1) una "trajectòria històrica", és a dir, "un passat que dona garantia del que el partit és avui dia", 2) unes "característiques organitzacionals", una infraestructura i 3) uns "elements simbòlics" que serien coses com la bandera, el logo o l'himne (Canel, 2008, p.46)².

Pel que fa al programa, l'autora afirma que:

Impregna el mensaje electoral de un tono de futuro y promesa: «haremos», «construiremos», «saneremos», «incrementaremos», etc.
El programa gira entorno a unas cuestiones que son problemáticas. Para hacer referencia a éstas, se ha acuñado en el mundo anglosajón el término *issue*. Los *issues*, como configuradores de un programa electoral, se diferencian de la ideología en cuanto que tienen un carácter coyuntural: vienen determinados por el contexto político, social y económico de una campaña (Canel, 2008, p.46).

El tercer component, el candidat, és la "persona concreta" que representa tot el missatge electoral i a la qual s'atribueixen una sèrie de característiques "biogràfiques", "personals", "professionals", "ideològiques" i unes "habilitats comunicatives". Per últim, Canel explica com s'han de relacionar els tres components del missatge:

El mensaje electoral ha de ser una ajustada combinación de los tres elementos que lo componen, de manera tal que el resultado final sea algo integrado y coherente. La personalidad del candidato ha de estar bien contextualizada en el posicionamiento ideológico del del partido al que representa, así como en el momento coyuntural en el que combate por el poder. Es decir, partido, programa, y candidato deben construir una sola cosa, de forma que el candidato articule bien lo que el partido ha sido y es y lo que ofrece en un momento concreto.

Per a Canel, el partit, el programa i el candidat formen el "missatge electoral" en un context electoral o de campanya. Igualment, es pot deduir que en un context de campanya permanent i de certa excepcionalitat política aquests tres elements operen igual a l'hora de conformar un missatge polític. Per justificar-ho, podem recórrer al que explica Schmer:

Hace referencia a que toda campaña no puede culminar una vez finalizadas las elecciones, si no que debe continuar posteriormente al suceso electoral. Este fenómeno es esencial para mantener una línea comunicacional con los votantes y poder interactuar en la toma de decisiones políticas con los mismos. (2013, p. 51)

A més de Canel, altres autors del camp de la comunicació política, com ara Philippe J. Maarek, ens aporten alguna informació que també serà rellevant a l'hora d'observar i entendre algunes de les rutines i les formes de funcionar en campanya dels 'comuns'. En concret, el treball de Maarek és especialment útil per parlar de l'organització interna i del pes o la influència de la demoscòpia en el disseny del missatge.

Pel que fa al tipus i la complexitat de l'organització, Maarek estableix el següent:

Debido a su complejidad, una campaña de comunicación política debe estar respaldada por una

2 La traducció al català de les categories utilitzades per Canel és pròpia. La resta de cites d'obres en castellà que pertanyen a paràgrafs o oracions completes s'ha deixat en la llengua original.

infraestructura muy bien diseñada y un equipo de personas *ad hoc* que tendrían que llevar a cabo unas tareas determinadas. [...] El tipo de organización que debe establecerse suele ser bastante extenso, y tan complejo como si se tratara de una mediana empresa (Maarek, 1997: pp. 189 i 191).

Sobre l'estudi dels electors i els rivals, Maarek (1997) afirma que:

El diseño de una campaña de comunicación política no se puede hacer en abstracto. Hay que disponer de información sobre el «estado» de los destinatarios [...] resulta esencial poseer información sobre la política de comunicación del adversario político [...] Es necesario un perfecto conocimiento de las herramientas de análisis con que cuenta el *márketing* político (p. 83).

I a més, assevera que "el *markéting* polítco utiliza herramientas de análisis de opinión [...] durante la selección de temas y blancos de campaña: esto significa contar con el indispensable «sondeo previo», cuyos resultados suelen influir de mucho en las principales decisiones de campaña" (Maarek, 1997: p. 85).

En base a aquest marc teòric, analitzarem la informació obtinguda en els apartats d'anàlisi a fi de presentar unes conclusions sobre com l'espai dels 'comuns' ha construït el seu relat i com s'ha desenvolupat una identitat política nova a Catalunya.

1.3 Metodologia

Per obtenir la informació necessària per elaborar aquest treball s'ha recorregut a dos tipus de fonts, documents i testimonis de persones rellevants de l'espai dels 'comuns', recollits mitjançant entrevistes. El gruix de documents analitzats són textos interns als quals hem pogut tenir accés, dos d'ells relacionats amb la campanya del 26J i un altre de posterior.

D'acord amb Jaume Soriano, "l'anàlisi textual presenta limitacions en els objectius científics perquè no ens proporciona coneixement sobre les intencions secretes dels autors" . Tanmateix, els textos també "tenen l'avantatge de ser més accessible que els materials d'investigació amb què es treballa en la recerca dels públics i els emissors" (2007: p. 147).

Tot i disposar de documents interns de la campanya del 26J d'En Comú Podem, d'articles en premsa i de conferències que formaven un corpus ampli per a l'anàlisi, s'ha ampliat la recerca mitjançant la recollida de testimonis en entrevistes. El mateix Soriano destaca que: "A través de la conversa amb els actors socials, l'investigador aconsegueix informació sobre activitats o espais ocults a l'observació directa i també contrasta les deduccions a les quals arriba a través de l'observació" (2007: pp. 243-244).

En aquest cas, la combinació de les tècniques d'anàlisi textual i d'entrevista ha permès no només explicar què pretenia comunicar En Comú Podem i l'espai dels 'comuns', sinó també conèixer amb quins condicionants, per quins motius o amb quina finalitat es produeix un o altre tipus de discurs.

En total, analitzarem tres documents interns, que apareixeran ordenats de forma cronològica a l'apartat 2 del treball i que corresponen als subapartats 2.1, 2.2 i 2.3. El primer text, Document de Treball-Estratègia (26J) té 33 pàgines es va fer servir com a base per a la campanya del 26J per En Comú Podem. Té diverses parts i, en la més extensa, combina diversos estudis demoscòpics (CIS postelectoral del 20D i altres enquestes) combinats amb recomanacions de campanya a partir d'aquestes dades. A més, també tracta qüestions sobre l'organització de la campanya i avança les

claus del relat 'comú' a partir de la demoscòpia.

El segon document es titula Relat i Missatges de Campanya. És un document estrictament de missatge. S'hi repeteixen alguns elements del document marc de campanya i, bàsicament, desenvolupa el relat sobre alguns temes clau en la campanya. A causa de la conjuntura en què es va redactar, bona part del text es dedica a explicar les causes per les quals no hi va haver un govern d'esquerres després de les eleccions del 20D.

Per últim, el document "Relat Espai Polític" és el que inclou més informació relacionada amb el discurs dels 'comuns'. És l'únic document escrit després de les campanyes i pensat per a la construcció del nou subjecte polític. Tracta només qüestions de discurs i, bàsicament, serveix per bastir un relat coherent sobre el sorgiment de l'espai 'comú' i el seu context, així com dels principals atributs o característiques que tindrà.

A partir de l'elaboració d'aquest treball, sabem que les eleccions del 26J són les primeres en què En Comú Podem compta amb un petit equip de campanya (M. Grau, comunicació personal, 28 març, 2017), ja que al desembre només existia un assistent de Xavier Domènech i col·laboracions desinteressades, puntuals i no professionals, a més d'algun suport de Podem. Així doncs, no comptem amb argumentaris ni documents que ens permetin comparar de manera equivalent el relat d'ECP en uns i altres comicis.

A més d'aquests documents, s'ha considerat oportú per la seva rellevància analitzar també alguns articles publicats en premsa pel cap de llista de la candidatura d'En Comú Podem, Xavier Domènech, i a una conferència. En ells s'exposen alguns elements clau del relat, que es desenvolupen i solidifiquen en aquests espais a premsa o en xerrades.

El criteri per seleccionar les contribucions de Domènech als mitjans ha estat el de seleccionar aquells articles més atemporals, és a dir, aquells menys condicionats pel moment polític conjuntural i més dedicats a *dibuixar* el projecte en el mitjà i el llarg termini. Ha contribuït amb les seves recomanacions a la selecció dels textos Arnau Mallol, col·laborador i assistent de Domènech.

Per últim, també s'han considerat com a documents per a l'anàlisi dues conferències pronunciades per Xavier Domènech. Concretament, s'han tingut en compte les conferències de la Biblioteca Francesca Bonnemaison i a l'Ateneu Barcelonès³. Per escollir aquests dos parlaments s'ha fet servir el mateix criteri que per triar els articles, és a dir que s'ha optat per aquells textos que incorporaven més contingut dedicat al mitjà i llarg termini que no pas als fets conjunturals i al moment polític concret.

Aquestes conferències, però, han resultat coincidir bastant en el seu contingut amb els articles. Així doncs, hem optat per acudir-hi només quan aporten algun matís o alguna explicació addicional a les qüestions que hem analitzat en detall als articles de premsa.

L'altra part significativa de les dades d'aquest treball ha estat obtinguda mitjançant entrevistes cara a cara amb diferents persones. S'ha optat per aquest mètode, en primer lloc, perquè s'ha considerat

3 L'enllaç als dos vídeos en línia són al llistat de fonts consultades.

idoni pel tipus d'informació que es volia aconseguir, que era extensa i plena de matisos. Lwa entrevistes cara a cara són considerades "las que obtienen una mayor tasa de respuesta, respuestas más exactas e incluso mayores garantías respecto a la sinceridad de la misma" (Vinuesa, 2005: p. 197).

A més, s'ha donat el fet que tots els entrevistats viuen a Barcelona o visiten sovint la ciutat, de manera que no ha estat necessari haver de recórrer a altres mètodes per parlar amb cap de les persones. Aquestes converses apareixeran sempre citades com a comunicacions personals. Tot i això, han estat enregistrades en àudio i seran consultables a través d'un enllaç⁴.

En tota l'elaboració del treball s'ha fet servir l'entrevista semiestructurada. Aquest tipus d'entrevista permet que l'entrevistat exposi els temes de la forma que ell o ella consideri, sense estar condicionat per un qüestionari molt elaborat. Així podem intuir la jerarquia entre les qüestions tractades, ja que les més importants apareixeran abans, es tractaran amb més detall o es repetiran més vegades. Jaume Soriano (2007) defineix l'entrevista semiestructurada de la manera següent:

Es caracteritzen per respectar els continguts decidits amb anterioritat, però amb llibertat per aplicar-los de la forma que es consideri millor. [...] Aquí es dóna més importància a l'acte [de l'entrevista, per contraposició a la preparació d'un qüestionari] com a procediment de recerca, ja que aspectes sobre l'estructura del qüestionari dependran del curs de l'entrevista.

El guió o qüestionari que se seguirà al llarg de l'entrevista en marca els límits temàtics. [...] Molt sovint els qüestionaris ni tan sols estan formats per preguntes en sentit estricte, sinó que només contenen un repertori de temes i subtemes que caldrà tractar (p. 247-251).

A més del tipus d'entrevista, cal explicar també amb quins criteris s'han seleccionat les fonts. En total, s'ha entrevistat vuit persones. Totes les persones entrevistades han participat i/o seguit de prop almenys una de les campanyes dels comicis en què ha concorregut En Comú Podem. Quatre d'elles pertanyen a algunes de les organitzacions polítiques que van participar a la candidatura d'En Comú Podem (ICV, EUiA, Podem Catalunya i Barcelona En Comú) i els altres quatre han participat de l'espai dels 'comuns' sense haver estat prèviament lligats a cap d'aquestes quatre formacions.

Amb aquest criteri, hem entrevistat Héctor Sánchez (coordinador de l'Àrea d'Organització d'EUiA), David Cid (coordinador nacional d'ICV i membre de l'executiva d'Un País En Comú), a Susanna Segovia (membre de l'executiva de Barcelona En Comú) i Jéssica Albiach (membre de l'executiva d'Un País En Comú provinent de Podem). Els independents entrevistats són Marc Grau (polítològ, membre de Terrassa en Comú i director de la campanya d'ECP), Paola Lo Cascio (polítològa, doctora en història per la UB, membre de l'equip d'argumentari en la campanya d'ECP i responsable d'àrea d'Un País En Comú), Adrià Porta (membre de l'equip d'argumentari d'ECP i Un País En Comú) i Arnau Mallol (assistent de Xavier Domènech i present a les campanyes de Barcelona, al Parlament de Catalunya el 27S i les dues convocatòries a les Corts en què ha participat ECP).

No ha estat possible entrevistar a Xavier Domènech, candidat d'En Comú Podem, ni a Albano Dante Fachín, secretari general de Podem a Catalunya, per qüestions de disponibilitat i agenda. Aquest fet implica una mancança important de veus i matisos en el treball, en què no podem trobar la veu directa del secretari general de la formació morada a Catalunya ni la del cap de llista d'En Comú Podem i principal ideòleg de l'espai polític. En concret, l'absència del secretari general dels morats

4 Trobareu les entrevistes en format àudio al següent enllaç del servei d'emmagatzematge en línia Dropbox: <https://www.dropbox.com/sh/ozbcbcyat4tz7tr/AABcMmLNcXa3EI1Y9L0iECkja?dl=0>

suposa la manca d'una visió important i representativa, especialment quan l'única veu orgànicament de Podem present al treball és la de Jéssica Albiach, que precisament va ser la rival a les primàries de Fachín.

Amb tota la informació recollida s'ha pogut bastir un treball que sistematitza l'explicació sobre el sorgiment i la consolidació dels 'comuns' a Catalunya. A més, el text aporta una diversitat important de detalls i ajuda a comprendre el fenomen en el seu conjunt de manera que permet assolir l'objectiu d'estudiar i clarificar aquest procés de creació d'una nova força política.

El treball està compost essencialment de tres blocs: aquesta introducció, un gran apartat d'anàlisi i un altre de conclusions. Alhora, l'apartat d'anàlisi consta fonamentalment de dues parts. En una primera, s'analitzen els documents interns d'En Comú Podem i els articles i conferències de Xavier Domènech. La segona part està dedicada a explicar i classificar la informació recollida a les entrevistes.

Finalment, al punt de conclusions es contrasta la informació recollida amb el marc teòric. D'aquesta manera, s'arriba a entendre de quina manera l'espai dels 'comuns' s'ajusta a les maneres de fer descrites per Maarek i Canel. Alhora, hi apareixen algunes aportacions més sobre els 'comuns' fruit de la recollida d'informació i de la seva anàlisi i interpretació.

2. Anàlisi de documents

En aquest apartat analitzarem tres documents que han estat clau en la configuració del relat i el discurs dels 'comuns'. Per això, utilitzarem argumentaris de campanya de la candidatura d'En Comú Podem i també un altre text generat per aquest espai en els mesos posteriors a les segones eleccions al Congrés. L'objectiu és extreure'n les principals idees, allò que els líders i ideòlegs dels 'comuns' van decidir que serien les característiques que intentarien atribuir al seu propi espai polític.

Els textos combinen tant elements organitzatius de campanya com elements de missatge, que és on més repararem. Per analitzar-los, s'han ordenat del més antic al més nou. Així doncs, al principi comptem amb el document marc de la campanya del 26J i l'últim que mirarem és posterior als comicis. Tot i que s'explica amb més detall, val a dir que no comptem amb cap tipus de documentació d'organització i missatge de la campanya d'En Comú Podem per a les eleccions del 20 de desembre de 2015 perquè no n'hi havia (M. Grau, comunicació personal, 28 març, 2016).

Tanmateix, els tres textos de que es disposa són part d'un continu de feina desenvolupada al si de l'equip de campanya d'En Comú Podem i del nucli de persones més proper al grup parlamentari al Congrés d'En Comú Podem. Prova d'això és que la majoria d'idees i missatges apareixen repetits en més d'un document, o apareixen en un i es desenvolupen en altres.

A més a més, el relat que els documents interns van perfilant s'acaba fixant i dona els seus fruits en les contribucions en premsa de la cara més visible de l'espai polític, Xavier Domènech. Per això, en el subapartat 2.4 també analitzem quatre d'aquests articles. Per últim, inclourem en l'anàlisi algunes cites de dues conferències pronunciades per Domènech, que serviran com a complement a tot allò que ja apareix als articles.

2.1 Document de Treball Estratègia

El "Document de Treball-Estratègia" és el text de referència de la campanya d'En Comú Podem per a les eleccions generals del juny de 2016. És el primer en què tenim accés i es tracta d'un text ampli que analitza aspectes diversos.

El text es divideix en tres grans apartats: anàlisi demoscòpica del perfil sociològic de l'elector i el votant, calendari de campanya i disseny de campanya. Aquest últim apartat se subdivideix alhora en quatre: model, organització, temes i relat. La informació més valuosa es troba precisament en aquests dos últims punts del tercer apartat, els temes de campanya i el relat. És aquí on hi trobarem tota la informació relacionada amb el discurs i que, per tant, és més útil per a la nostra anàlisi. Tot i així, destacarem i veurem breument també altres aspectes dels que contempla el "Document de Treball-Estratègia" d'En Comú Podem.

Com hem dit, d'entrada el document fa un repàs al perfil de l'elector i a quines hauran de ser les estratègies d'aparició en els mitjans basant-se en el consum mediàtic del seu *target* electoral. En aquest apartat d'anàlisi demoscòpica hi trobem una referència al discurs pel que fa a la qüestió nacional:

El nostre motor és l'eix social i la lluita contra la precarietat i contra els poderosos, però alhora reforçar l'aposta del referèndum. Tenim el votant totalment dividit i només l'uneix: el càstig, canvi, lluita, etc. Aquest és el nostre motor del canvi. (ECP, 2016a)

La cita té dos punts d'interès. Per una banda, com la qüestió nacional és vista com quelcom no prioritari pels votants i pel relat dels 'comuns'. Per l'altra, com des del primer moment es relacionen en aquest document les dades demoscòpiques amb l'actitud i el discurs de la candidatura.

Tanmateix, és útil veure alguns dels objectius estratègics fixats pel document marc de la campanya a fi d'entendre com va funcionar i en quines condicions i amb quins objectius s'intenta transmetre el missatge d'En Comú Podem.

Pel que fa al candidat, per exemple, la confluència destaca que cal "donar a conèixer més a en Xavier. Que se'l conegui amb més profunditat". En base al consum de mitjans, afirmen que "ser més presents a La Sexta, SER, etc. però alhora incrementar la presència a TV3 i RAC1, ja que aquí s'informa el votant de la CUP i ERC" (En Comú Podem, 2016a).

Respecte al perfil de votant, el document també fixa els objectius estratègics de "millorar pel que fa al vot femení, sobretot entre les noies joves i de mitjana edat", "mantenir l'avantatge en el grup de 35 a 44 anys", "mobilitzar el vot jove" i "incrementar el vot dels qui tenen estudis primaris i secundaris. Sobretot de ciutats petites i mitjanes" (En Comú Podem, 2016a).

A més, es defineixen territorialment quatre llocs on consolidar els resultats del 20D: 1) Barcelona i l'àrea metropolitana, 2) la segona corona metropolitana, 3) les ciutats del litoral i 4) les capitals de província (En Comú Podem, 2016a).

El document també llista quatre objectius electorals generals, que són: 1) mantenir els votants del 20D, 2) atreure més votants de la CUP i ERC, 3) atreure votants del PSC molestos amb el pacte amb C's i 4) atreure votants que es van abstenir el 20D (En Comú Podem, 2016a).

La identificació dels objectius i els elements clau de la campanya electoral per al 26J pot veure's també com un diagnòstic més ampli de quines són les aspiracions de l'espai dels 'comuns' en la resta de conteses. Les zones de població i els perfils de votant, així com la seva ubicació ideològica i rutines de consum mediàtic, són determinants pels 'comuns' alhora de posicionar-se al mercat electoral català en el mitjà termini.

Tot seguit, el document continua amb l'apartat de calendari, que no comentarem, i el de disseny de campanya. És aquí on s'inclouen les qüestions d'organització de la campanya i s'estableixen dos nivells de campanya independents, un per a tot ECP i un altre per a Xavier Domènech. Ambdues funcionen amb estructures separades i recursos humans independents. El director de campanya, Marc Grau, participa a la campanya de Xavier Domènech.

Finalment, s'enceten els punts de temes de campanya i relat. Els temes que apareixen són realment petits esbossos de com tractar en el relat determinats col·lectius o nínxols electorals. Es parla per exemple de joves, dones, residents de ciutats mitjanes, persones amb estudis primaris, etc. Les indicacions que apareixen indiquen com han de ser els missatges que es construeixin, però no

contenen directament el missatge. Així doncs, el document afirma que "els joves són el motor de la nostra força electoral. Davant del perill de l'abstenció hem de mobilitzar-los i, si pot ser, incrementar el nostre posicionament entre aquest grup de votants", però no conté missatges sobre joventut. En el proper document, el de "Relat i Missatges de Campanya" (En Comú Podem, 2016b), apareix ja elaborat el discurs sobre aquests "temes".

Pel que fa al relat, el document n'estableix un relat molt conjuntural sobre com s'ha arribat a les eleccions del 26J relacionat amb les investidures fallides i els resultats del 20D. Abans, però, explica breument el sorgiment dels 'comuns'. El relat que s'exposa és una versió menys elaborada de la que trobarem al document de "Relat i Missatges de Campanya". En aquest cas, els 'comuns' s'expliquen com una resposta a la crisi del 2008, a les retallades i a les mobilitzacions del 15M. Tots aquests elements tornaran a aparèixer i consolidant-se en documents interns i intervencions als mitjans com l'explicació que els propis 'comuns' fan de la seva aparició.

En conclusió, podem dir que el "Document de Treball-Estratègia" és efectivament això, un instrument més de campanya que no pas una eina especialment dedicada a construir el discurs dels 'comuns'. Tot i així, el text és segurament una de les primeres sistematitzacions per escrit i en ferm de quin serà el discurs dels 'comuns', tant en el context de la campanya d'En Comú Podem com en moments posteriors. Així doncs, deixant de banda la informació més centrada en la campanya (demoscòpica, d'estratègia mediàtica, d'organització interna, etc.), és destacable com la part del text dedicada al missatge segueix apareixent després a la resta de documents de la candidatura i en altres intervencions de Xavier Domènech.

2.2 Document de Relat i Missatges de Campanya

Un altre document, "Relat i Missatges de Campanya", desenvolupa més l'esborrany de missatge del document d'Estratègia. Bona part d'aquest text se centra en establir el relat d'En Comú Podem per explicar la no formació de govern i les negociacions. Podem considerar que això respon molt més a circumstàncies concretes i que no és determinant en l'elaboració de la identitat i el missatge definidor del nou espai dels 'comuns', aleshores en construcció.

Per veure bé què aporta aquest document, és important fixar-se en les parts en què es divideix. Per una banda, té un apartat de "Missatge de campanya" breu. El segueix un apartat de "Relat de campanya", més elaborat, i un "Qui som", que fa el relat sobre la candidatura. Tot seguit, hi ha argumentaris de temes específics de campanya, la majoria dels quals són conjunturals.

El document crea tres categories de temes de campanya, que són els generals, els propis i els destinats a determinats nínxols electorals. D'entrada troben els temes generals de campanya, que són aquests quatre: 1) Negociacions de govern durant aquests quatre mesos, 2) Possibles pactes postelectorals, 3) Possible abstenció el 26D i 4) El Procés independentista (En Comú Podem, 2016b).

Podem veure també els temes propis, que inclouen: 5) Confluir, sumar esforços, 6) Rescat ciutadà, 7), Regeneració democràtica, 8) Lluita contra la corrupció, 9) Grup propi, 10) Referèndum i 11) Canvi. En un últim grup separat hi trobem els temes específics per a nínxols electorals, que més que temes, podríem considerar objectius. Són: 1) Mobilització del vot de les dones, 2) Mobilització del

vot jove, 3) Gent gran, 4) Precaris i aturats, 5) Persones amb educació primària o secundària, 6) Ecologistes i 7) Exsocialistes (En Comú Podem, 2016b).

A la part de "Relat de Campanya", el document configura un marc explicatiu de l'evolució de la política espanyola i catalana des del 2008, amb l'esclat de la crisi, fins a l'aparició de la candidatura d'En Comú Podem (En Comú Podem, 2016b).

En Comú Podem construeix aquest relat repassant tota una sèrie de greuges: "l'esclat de la bombolla immobiliària", "els efectes sobre les condicions de vida de bona part de la ciutadania", "les retallades", la corrupció, el paper de Zapatero en l'acceptació de les imposicions polítiques europees i la modificació de la Constitució. A tot això hi contraposa "l'esclat del 15M" i la victòria, al maig del 2015, de Barcelona En Comú. Aquesta mateixa explicació és també present al "Document de Treball-Estratègia" (En Comú Podem, 2016a) i, de forma més elaborada i sistematitzada, al posterior "Relat Espai Polític" (En Comú Podem, 2016d).

Per construir aquest relat, el document fa primer una introducció que contextualitza, explica i dramatitza el problema: "Al 2008 va començar una de les crisis econòmiques globals més dures que han patit els ciutadans d'ençà la Segona Guerra mundial. [...] La crisi ha deixat el país trinxat: molta gent a la intempèrie, amb un atur altíssim, unes retallades duríssimes, emergint una corrupció obscena, etc." (En Comú Podem, 2016b).

Tot seguit, el relat va explicant una sèrie de greuges i qui n'ha estat responsable. Alhora, però, reivindica la resposta política i ciutadana:

Al maig del 2010, Zapatero, obligat pels mercats i les institucions europees va iniciar unes retallades que van afectar els ciutadans espanyols i els seus drets. A la primavera i estiu del 2011, la gent es va rebel·lar a les places i als carrers. Tot i això, pocs mesos després, el Partit Popular amb majoria absoluta, no va escoltar els carrers i va intensificar aquesta pèrdua de drets, obligant que la crisi la paguessin els ciutadans i no els qui la van generar. El maig del 2015, la gent va dir prou i va optar pel canvi a les ciutats, la gent comuna organitzada va recuperar les regnes de les seves vides i va impulsar els ajuntaments pel canvi a Barcelona, Madrid, Saragossa, etc. (En Comú Podem, 2016b)

És ressenyable, en aquest cas, com omet els resultats de Podem a les europees de 2014, que precediren les victòries de les confluències municipalistes. Tot seguit, l'apartat conclou relacionant el discurs anterior amb la situació d'aleshores, que era l'*impass* entre el 20D i el 26J, fixa la posició de la candidatura i el relat sobre les negociacions per formar govern i relaciona el protagonisme "de la gent" amb la crida a la mobilització.

"El 20 de desembre, vam tenir l'oportunitat de provocar el verdader canvi que el país necessita[...] Hi havia majoria per fer-ho, podíem formar un govern progressista, divers, com a Barcelona, com a València. Nosaltres vam oferir un govern compartit, sense personalismes, amb prioritats ciutadanes, però contra tot pronòstic, el PSOE va optar per Ciutadans. Per la dreta rejuvenida, pels representants de l'IBEX, pels que volen regenerar el sistema perquè res no canviï. [...] El bipartidisme, reforçat amb la nova política de l'*establishment* ha evitat el canvi i confia que el 26 de juny la gent es desencanti i no vagi a votar. Confien en guanyar en la segona volta. Però la gent demostrarà que el canvi no s'atura i que el bipartidisme no pot continuar repartint-se el poder com fins ara. I que la

segona volta, serà la de desempat i la guanyarà la gent" (En Comú Podem, 2016b)

Aquesta lluita contra l'abstenció és un element clau i recurrent en el discurs d'En Comú Podem de cara a les eleccions de juny de 2016 i, de fet, s'assenyala com una de les prioritats en el "Document de Treball-Estratègia" (En Comú Podem, 2016a). Podem veure també, com hem explicat al principi d'aquest apartat, que es considera un tema general de campanya (amb el número 3, possible abstenció el 26J). Alhora, els temes específics per a nínxols estan en bona part per mobilitzar certs tipus de votants (dones, joves, etc.) (En Comú Podem, 2016b).

L'apartat "Qui som?" és especialment important pels objectius d'aquest treball. La candidatura fa tot un esforç d'autodefinició que és clau per entendre la construcció del relat sobre la pròpia identitat dels 'comuns'. El text comença així: "Som la gent comú, que ve del món professional, de la universitat, dels moviments socials, del carrer, que hem decidit agrupar-nos i arremangar-nos" (En Comú Podem, 2016b). En aquest fragment, és remarcable com es fa referència als àmbits d'algunes de les cares més conegudes dels comuns (Domènech a la universitat, Colau a l'activisme).

A més, el text continua: "Per deixar de ser simples espectadors, per ser la veu de la gent a les institucions. Venim a representar la gent comuna" (En Comú Podem, 2016b). Amb aquestes afirmacions, s'assumeix que "la gent comú" no havia estat representada.

És destacable com ICV, o la coalició ICV-EUiA, no té cap paper en el discurs d'En Comú Podem. Quan el document de la candidatura afirma que: "Som la gent comú, que ve del món professional, de la universitat, dels moviments socials, del carrer, que hem decidit agrupar-nos i arremangar-nos" (En Comú Podem, 2016b), obvia totalment la representació institucional, és a dir, la presència prèvia dels representats d'ICV-EUiA a la política representativa. Igualment, afirmar que s'entra en política per "representar la gent comuna" suposa assumir, almenys en part, que abans no estava representada i, per tant, deslligar-se del llegat d'Iniciativa.

En el mateix text, es fan una sèrie de referències al propi espai dels 'comuns' que indiquen com s'hauria de concebre a si mateixa la candidatura d'En Comú Podem i, en part, com es concebia que hauria de ser el nou espai 'comú'. En primer lloc un esforç per normalitzar el fet de la confluència, enfront del marc de "sopa de sigles" i anticipant el que podria ser la creació d'una sola identitat i un sol partit 'comú'. El fragment diu així: "La confluència és el nostre espai natural de creació política: la suma d'esforços per canviar les coses" (En Comú Podem, 2016b).

En segon lloc, es defineixen quatre de les característiques que els comuns s'intenten *autoatorgar*: "Aquesta confluència aspira a representar a la majoria dels catalans a través d'un projecte progressista, en comú, autònom. Els comuns com el nou espai hegemònic de l'esquerra catalana" (En Comú Podem, 2016b). És a dir, un projecte vinculat a l'etiqueta de progressista, d'esquerreres, amb la confluència d'actors polítics com una senya d'identitat i autònom del seu aliat a la resta de l'Estat, Units Podem.

En conjunt, podem dir que la major part d'aquest document desenvolupa o bé temes de campanya que no afectaran de forma clara i directa a la configuració del discurs de fons i la identitat política dels 'comuns', o bé temes de campanya que sí que ho poden fer -com ara els relacionats amb la confluència o el grup propi-, o bé introdueix alguns elements del que seria una explicació sòlida i sistematitzada de la identitat del nou espai, que finalment no s'acabarà desenvolupant en aquest document, sinó en el de "Relat Espai Polític".

2.3 Document de Relat Espai Polític

El document "**Relat Espai Polític**" és el que inclou més informació relacionada amb el discurs de l'espai. Defineix què comuniquen, què és En Comú Podem, però també què voldrien que fos tot l'espai dels 'comuns'. Consta de dues parts diferenciades i inclou alguns matisos i indicacions sobre com comunicar els missatges. A més, no està vinculat a cap campanya, com els altres dos, i és posterior en el temps. El seu objectiu principal, tot i que no ho explicita, sembla ser fixar i acabar de travar els elements dispersos que havien anat apareixent durant la campanya i que podien servir per consolidar el relat dels 'comuns' una vegada acabades les eleccions al Congrés i començada la tasca de creació i exposició pública del nou espai.

Les set pàgines del text es divideixen en dos grans apartats. El primer es titula "Relat de l'espai comú" i profunditza amb el relat que, més condensat, també apareix al document de "Relat i Missatges de Campanya" (En Comú Podem, 2016b). El segon apartat es titula "Valors nou partit" i llista set atributs amb una explicació per cadascun que els 'comuns' volen atribuir al nou partit.

La primera part del document comença amb un petit resum que fixa l'ordre en què apareixen les diferents fases del relat de l'espai. Aquest s'estructura amb quatre punts, que consten primer d'un marcador del tema i la funció del relat i un petit lema fa de títol. Aquestes quatre fases del relat comú són: 1) Antecedents: Nous però de lluny, 2) D'on venim? La triple crisi, 3) On som? Empoderament i relleu i 4) Cap on anem? Guanyar el futur i liderar una Catalunya nova.

Nous, però de lluny

En aquesta part del relat, s'intenta vincular l'espai dels 'comuns' a diferents referents històrics. El document emfatitza que "som fruit del present però també venim de lluny. Som hereus d'un d'un fil invisible que ha protagonitzat els millors moments de la història del nostre país". Alhora, s'anomenen una sèrie de referents històrics. Es fan al·lusions molt explícites a tot el període anterior a la Transició i els primers anys de democràcia.

Del catalanisme de Valentí Almirall, del federalisme de Pi i Maragall. Del republicanisme, de Companys, de l'obrerisme, del catalanisme popular. De l'antifranquisme, de l'Assemblea de Catalunya, del PSUC. Dels ajuntaments democràtics i els moviments veïnals que van lluitar per tenir pobles i ciutats millors (En Comú Podem, 2016d).

Se citen també referents posteriors, però de manera menys precisa i més general.

Som fills de les lluites dels que sabien que amb la recuperació de la democràcia no tot estava fet perquè aquesta no era perfecta. Dels que volien canviar el barri i el món. Estàvem als moviments alterglobalitzadors, al No a la Guerra, a les lluites ecologistes, als moviments estudiantils, sindicals i de resistència. Construint alternativa a la universitat, a través de la cultura, de l'associacionisme i el cooperativisme (En Comú Podem, 2016d).

A més, aquest relat, que dibuixa el que anomena "un fil invisible" que cohesiona tant als militants i dirigents com als votants amb referents amb què tots s'identifiquen. Figures com Companys,

tradicions com el republicanisme i institucions com l'Assemblea de Catalunya gaudeixen d'un reconeixement gairebé transversal a Catalunya, sobretot entre els ciutadans i partits de tradició progressista i catalanista (En Comú Podem, 2016d).

Aquest relat basat en un "fil invisible" històric, que repassa algunes tradicions amb què els 'comuns' voldrien reconèixer-se, contrasta amb l'existència d'altres cultures polítiques a Catalunya associades al món del catalanisme més conservador. Tanmateix, la construcció d'aquest adversari polític que és el catalanisme conservador està poc desenvolupat i no s'hi fan al·lusions gaire directes.

A més de la reivindicació de tradicions polítiques d'una àmplia acceptació entre el progressisme i el catalanisme, els 'comuns' també reivindiquen moviments socials més recents en què sobretot l'entorn de la CUP hi ha tengut un pes important. És el cas dels moviments per l'alterglobalització, les lluites ecologistes, el moviment estudiantil, el cooperativisme, etc.

En contrast amb aquestes reivindicacions més històriques o més movimentistes, el relat que internament es pensa pel nou partit polític beu també de la defensa de l'Estat del Benestar, la democràcia espanyola, el model actual i de la influència d'aquests en el sorgiment d'una alternativa com la dels 'comuns'. D'aquesta manera, l'última part d'aquest apartat enllaça els referents històrics amb les conquestes pròpies de l'Estat del Benestar.

Som fills d'aquelles que van treballar perquè fos una realitat, però també som fruit de la mateixa democràcia i de l'Estat del Benestar. Ens vam creure que la igualtat d'oportunitats, la redistribució de la riquesa i la cohesió social eren sagrades per a la nostra democràcia (En Comú Podem, 2016d).

Tot seguit, però, els 'comuns' denuncien un retrocés en drets que, en les properes parts del relat, els servirà per vincular-se als nous moviments socials i polítics que han lluitat contra les retallades. Aquest retrocés en drets també és present com s'acaba de definir el seu diagnòstic de la realitat, que apareix en el següent punt del document titulat "D'on venim? La triple crisi".

Però amb la crisi vam veure que això no era així. Vam comprovar que quan les coses no anaven bé, eren els ciutadans els que en pagaven les conseqüències, mentre els responsables en sortien indemnes. I vam comprovar la fragilitat de tot aquells drets que consideràvem inqüestionables: la salut pública, l'educació pública, el dret a l'habitatge, etc. (En Comú Podem, 2016d).

D'aquesta manera, veiem que les diferents parts en què s'estructura el relat que defineix aquest document no són estanques, sinó que segueixen un mateix fil conductor.

La triple crisi

El relat de la triple crisi ha estat utilitzat en els darrers anys per diferents actors polítics d'esquerres a l'Estat espanyol i a Catalunya. Esquerra Unida (Agència EFE, 2015), Podem i la CUP (Europa Press, 2012) havien utilitzat el concepte. Segons aquests diagnòstic, s'identifiquen tres crisis: l'econòmica, la politicoinstitucional i la nacional. En el document, s'expliquen en cada una d'aquestes tres categories què ha provocat la crisi (quines mesures i qui en són els causants) i quina n'ha estat la resposta política, social o ciutadana.

Pel que fa a la crisi econòmica, el relat dels 'comuns' apunta que "el maig del 2010, el govern de Zapatero, a petició de Merkel i els mercats, realitza les retallades més grans de la democràcia (fins aquell moment)" i ho trasllada a Catalunya dient que "Mas es planteja ser el deixeble més brillant de Merkel i l'Eurogrup [...] aplica uns ajustos antisocials que el converteixen amb el campió de les

retallades" (En Comú Podem, 2016d).

En la crisi politicoinstitucional, el causant del greuge són el PSOE i el PP mentre que el pacte de la reforma constitucional que va modificar l'article 135 "que prioritza els mercats i les entitats financeres al patiment de la gent" és el greuge que exemplifica aquesta crisi. En resposta a això, afirma el relat que fixa el document, "el maig del 2014 a les eleccions europees emergeix un moviment polític de canvi a Espanya que sorprèn pels seus resultats, Podem" (En Comú Podem, 2016d).

En la tercera pota, la nacional, el document identifica la causa de la crisi en la sentència sobre l'Estatut de Catalunya que va publicar el Tribunal Constitucional el juliol de 2010. Enfront aquest greuge, el relat 'comú' hi contraposa en el text dues reaccions ciutadanes. Per una banda, destaca que "s'inicien les manifestacions multitudinàries per l'11 de setembre, de la mà d'un moviment com l'ANC" i, per l'altra, que "al novembre del 2014, la consulta del 9N té una enorme participació, evidenciant les ganes dels catalans de decidir el seu futur" (En Comú Podem, 2016d).

En el cas de les mobilitzacions sobiranistes i independentistes val la pena destacar com l'espai dels 'comuns' reivindica aquelles que són menys institucionals, més populars. Es parla del greuge que va suposar la sentència del constitucional (i per tant, de la manifestació que hi va haver en resposta) i també de les diades de l'11S organitzades per l'Assemblea Nacional de Catalunya. De la mateixa manera, es reivindica la participació en la consulta del 9N, però no es fa menció al paper d'institucions com el Govern de la Generalitat o el Parlament de Catalunya.

El marc de la "triple crisi" defineix uns problemes i els seus causants, de manera que en el següent pas de la construcció del relat els 'comuns' es puguin presentar a si mateixos com aquells que vénen a solucionar-los.

Empoderament i relleu

La tercera part del relat dels 'comuns' parla de l'assoliment de certes quotes de poder, com l'alcaldia de Barcelona, i -atès que el document està fet per a les eleccions del juny- de la victòria a la convocatòria de desembre. El text ve a desenvolupar el que sovint l'esquerra i els moviments socials han anomenat "passar de la protesta a la proposta" (En Comú Podem, 2016d).

El document d'En Comú Podem destaca que:

Ja no n'hi ha prou en protestar, ni en defensar a la gent als carrers i a través de plataformes i moviments socials, cal fer una passa més i construir una alternativa política real que torni a donar veu a la gent i doni resposta a una societat moderna. Com en els millors moments de la nostra història. És hora d'una nova política (En Comú Podem, 2016d).

En aquest cas, a més del que comentàvem a l'anterior paràgraf, també val la pena destacar com sovint es parla del propi ECP com alguna cosa en construcció, ja avançant el que vol ser tot l'espai dels 'comuns'.

També crida l'atenció que el document s'apropriï dels resultats de dues candidatures municipalistes

fortament associades a En Comú Podem -com són Terra en Comú i la victòria d'Ada Colau i el seu equip-, però en cap moment parla d'altres referents territorials ni tampoc de Catalunya Sí que es Pot, la candidatura al Parlament de Catalunya.

Guanyar un futur millor i liderar una Catalunya nova

Aquest apartat recull alguns elements del relat que han anat sortint fins ara i els projecta cap al futur. En aquest exercici, primer reivindica les victòries electorals: "[L'espai dels 'comuns'] ha passat a governar la capital de Catalunya i a contribuir decisivament a acabar amb el bipartidisme a Espanya, guanyant dues eleccions generals a Catalunya". Després, ho mira de convertir en un horitzó possible i necessari:

Els comuns fan el pas a les institucions per relligar-les amb la societat, modernitzar-les, apropar-les a la gent, empoderar a la ciutadania i impulsar noves solucions. [...] El naixement dels comuns coincideix amb el moment i la necessitat de construir el canvi d'època (En Comú Podem, 2016d).

En la mateixa línia, els 'comuns' tracten de projectar aquells moviments de protesta que han reivindicat en la part de construcció del relat titulada la "triple crisi" i projectar-ho cap a un futur que anomenen "Catalunya nova". En aquest fragment es pot identificar clarament el joc de projecció cap al futur dels moviments de protesta que abans han reivindicat:

Aquest nou poble que va protestar, que es va empoderar i va resistir, es va unir i va començar a guanyar. Petites victòries al carrer que després es van convertir en grans victòries a la capital de Catalunya i al Congrés del Diputats. I ara, guanyar una Catalunya nova. Fer un pas més per arribar al país que tots imaginem però que encara s'ha d'aixecar. Un país digne, just i lliure (En Comú Podem, 2016d).

Alhora, aquesta Catalunya nova pot ser una construcció discursiva que busqui disputar la construcció de la "República catalana" (o altres formes de referir-s'hi) que fan els partits independentistes.

Valors del nou partit

En la segona part del document "Relat Espai Polític" es defineix quins són els valors a atribuir al nou partit o espai polític en construcció. A més, els classifica segons si són exclusius o compartits amb altres partits.

Els valors diferencials són quatre: nous, ètics i regeneradors, nova política i un sol poble. Els altres, que consideren que comparteixen amb altres forces són tres: sobiranistes, al servei i al costat de la gent i progressistes. Cada "valor" està associat a unes línies de relat que el desenvolupen i l'expliquen. Marc Grau (comunicació personal, 28 març 2017) explica que això que el document anomena "valor" també podrien considerar-se atributs, segons altres lectures i denominacions.

Un dels valors no diferencials del nou partit és el de ser "sobiranistes". Diferenciant-se de partits com CDC i el PDECat i, en menor mesura, d'ERC, el relat dels 'comuns' precisa que es refereixen a la sobirania com a partit "dels bancs i dels poderosos" i com a proposta política, ho relacionen amb el "dret a l'autodeterminació de Catalunya" i ho estenen a "les sobiranies energètiques, ecològiques, econòmiques, etc" (En Comú Podem, 2016d).

Sobiranistes⁵. Defensem la sobirania com a element clau de la proposta política. Com a partit, sobirans dels bancs i dels poderosos. Com a proposta política, defensors de la sobirania i el dret a decidir del poble de Catalunya i defensors de les sobiranies energètiques, ecològiques, econòmiques, etc. (En Comú Podem, 2016d).

A més, podem relacionar aquesta aposta estratègica amb una realitat demoscòpica constatada al "Document de Treball-Estratègia (26J)" (En Comú Podem, 2016a). Segons les dades del CIS de les quals es fa ressò, "la major part d'electors d'En Comú Podem (44,9%) opten per l'opció que l'Estat ha de permetre un major grau d'autonomia a les comunitats autònomes, seguits per aquells que creuen que l'Estat ha de reconèixer la possibilitat d'una comunitat autònoma a la independència (36,7%). La resta d'opcions, inclosa la de mantenir l'actual estat d'organització de les CCAA (8,2%), no gaudeixen d'un alt grau d'adhesió".

Un altre valor que s'atribueix el nou subjecte dels 'comuns' és el d'estar "al servei i al costat de la gent". En el desenvolupament del concepte, llegim que la clau és que es van "mobilitzar per la gent i ara fem política amb ells i per a ells" i que cal "recuperar l'autenticitat i acostar la política a la gent".

Al servei i al costat de la gent. Som aquí per la gent. Ens vam mobilitzar per la gent i ara fem política amb ells i per a ells. Entenem que la política s'ha allunyat dels problemes de la gent i la nostra obligació és recuperar l'autenticitat i acostar la política a la gent (En Comú Podem, 2016d).

Aquestes idees lligarien amb la trajectòria vital d'alguns dels seus representants més coneguts, com ara Ada Colau, que va passar de l'activisme a la PAH ("mobilitzar per la gent") al món de la política institucional. En la mateixa línia, seria una manera d'expressar o de reivindicar sense explicitar-ho el lligam amb el moviment 15M, al que sovint s'ha fet referència per explicar el sorgiment d'espais polítics com el dels 'comuns'. Si fos així, hem d'entendre que aquest valor no es considera diferencial perquè és compartit amb, per exemple, la CUP.

L'espai dels 'comuns' es defineix com a "progressista". Per una banda, desenvolupen breument aquest concepte dient que volen "contribuir al progrés social i econòmic del país". Per l'altra, reivindiquen la tradició de les esquerres catalanes afirmant que són "hereus de la tradició progressista del país i dels seus moments més brillants". ICV ha fet servir sovint l'etiqueta de progressista o ha qualificat així les seves propostes.

Progressistes. Volem contribuir al progrés social i econòmic del país. Volem un país més just, més cohesionat socialment, on la política estigui al servei de les persones. I som hereus de la tradició progressista del país i dels seus moments més brillants (En Comú Podem, 2016d).

Com en el cas del sobiranisme, al document de "Document de Treball-Estratègia (26J)" (En Comú Podem, 2016a) ja es fa notar que "això fa que En Comú Podem se situï en una mitjana de 2,73 sobre l'eix ideològic esquerra-dreta i que, per tant, ECP és vista com una formació principalment d'esquerres. Es defineixen sobretot com a progressistes principalment, socialistes i ecologistes".

Com hem dit, a més d'aquests tres valors, n'hi ha quatre més que també es volen atribuir i que

5 Les negretes respecten el document original.

consideren "diferencials". El primer és "nous", que al document s'explica més centrant-se molt en que són persones que arriben a la política des d'altres àmbits, de manera que s'invisibilitza o obvia una vegada més als membres als membres de la confluència amb més llarga història (ICV i EUiA).

Nous. Som gent nova. Que davant l'abandó de la gent per part dels partits tradicionals, hem fet el pas. Gent que s'havia allunyat de la política o que mai s'havia polititzat. Que provenim de les nostres professions, de l'acadèmia, de les associacions o simplement de casa. Vam protestar indignats amb l'arribada de la crisi i la gestió que se'n va fer, ens vam implicar en defensar a la gent i ara, fem política per canviar les coses (En Comú Podem, 2016d).

El segon és "ètics i regeneradors". Aquests valors s'expliquen intentant allunyar l'espai de l'ombra de la corrupció i el desprestigi de la política. Ho diuen de la següent manera: "Per dignificar la política i deixar enrere la corrupció [...] Som aquí per a regenerar un sistema que no dona més de si amb els actors que l'han gestionat d'ençà la transició".

Ètics i regeneradors. Ens hem mobilitzat per canviar les coses i per tornar l'ètica a la política. Per dignificar la política i deixar enrere la corrupció, el sotmetiment als poderosos, la professionalització i les portes giratòries. Som aquí per a regenerar un sistema que no dona més de si amb els actors que l'han gestionat d'ençà la Transició. Som la porta a que entre la nova societat a la política i garants del canvi estructural. De la regeneració (En Comú Podem, 2016d).

A més de "nous", com hem dit abans, els 'comuns' també reivindiquen el concepte de "nova política". De fet, el document defensa que "la novetat per si sola no és un valor" i intenten "omplir de contingut" el que significa la nova política vinculant-ho a la participació, la transparència i l'organització horitzontal.

Nova política. La novetat per si sola no és un valor, és el contingut que omple la novetat el que és valuós. Som l'espai per construir una nova època. Amb nous projectes i noves solucions. I entenem la política d'una manera diferent. Més empoderada, horitzontal, transversal, transparent, on es rendeixi comptes i que estigui al servei de la gent. Una nova política que ha de construir la Catalunya nova.

Marc Grau explica la importància del concepte "nou", a vegades utilitzat en expressions com "una Catalunya nova" o "una generació nova". El director de campanya d'En Comú Podem defensa que un dels reptes de les forces polítiques catalanes i espanyoles els pròxims anys és "donar significat a què significarà 'nova política', i no serà una qüestió merament procedimental". En la mateixa línia, explica d'aquesta el que ell interpreta el que suposa ECP "a nivell sociològic":

Té a veure amb crear una eina de canvi per a una nova època, això ha de ser el nou partit. Per tant, l'origen? Diguéssim que és la generació, la majoria social, partidària del canvi, en un sentit general. Neix tant de les mobilitzacions sobiranistes com del 15M. A Catalunya li passa això, té com aquests dos *cleavages* o moments de socialització política i construcció de socialització política. Això acaba configurant un escenari que prefigura una majoria partidària del canvi. I aquesta majoria no té una eina política. El nou subjecte és això (comunicació personal, 28 març 2017).

Per últim, els 'comuns' volen reivindicar que Catalunya és "un sol poble" i fer de la defensa d'aquesta tesi política un valor. Ho defineixen i exemplifiquen així: "Som sinònim de cohesió territorial i social. Representem d'igual manera a Cornellà com a Tortosa."

Un sol poble. Som els únics que podem garantir la Catalunya un sol poble. Som sinònim de cohesió territorial i social. Representem d'igual manera a Cornellà com a Tortosa. I això no ho pot dir ningú

més. La cohesió social del país és un valor que guia tota la nostra acció política (En Comú Podem, 2016d).

En síntesi, podem dir que el document de "Relat Espai Polític" està més pensat pel llarg termini que per un context purament electoral. A més, és la sistematització més completa del relat que han fet i que pretenen seguir fent els 'comuns'. El document té dues parts clarament diferenciades. En la primera, s'explica sobretot el context i els motius en què apareixen i es consoliden els 'comuns'. El segon, en canvi, els defineix. És a dir, llista i explica els atributs que l'espai 'comú' reivindica com a propis. Tot i això, cal tenir en compte que aquest document no s'explica per si mateix, sinó que en part és fruit de la feina feta prèviament per bastir aquest relat. Aquesta feina a la qual ens referim la podem trobar tant en els dos documents anteriors com en algunes col·laboracions en premsa i conferències, que veurem en els propers apartats.

2.4 Articles en premsa i conferències

A més d'analitzar alguns documents interns d'En Comú Podem i del nou espai, hem considerat rellevant analitzar alguns dels articles que Xavier Domènech ha publicat als mitjans. A través d'aquestes col·laboracions a premsa, el cap de llista d'En Comú Podem ha anat definint bona part del discurs i n'ha portat a terme una tasca de consolidació més enllà dels moments de disputa electoral.

El criteri per triar les contribucions de Domènech als mitjans ha estat el de seleccionar aquells articles més atemporals, és a dir, aquells menys condicionats pel moment polític conjuntural i més dedicats a *dibuixar* el projecte en el mitjà i el llarg termini. Ha contribuït a la selecció dels textos Arnau Mallol, col·laborador i assistent de Domènech. En total, els textos que analitzarem són quatre. Dos d'ells foren publicats a *El Periódico*, un a *La Vanguardia* i un a la revista *Treball*, vinculada a Iniciativa per Catalunya Verds.

A més dels textos, en aquest apartat apareixen cites de dues conferències de Xavier Domènech. En concret, apareixeran en aquest apartat cites de les xerrades pronunciades a l'Ateneu Barcelonès el juny de 2016 i a la biblioteca Francesca Bonnemaison. Totes dues serveixen per complementar l'anàlisi del articles i per ampliar, matisar o fer de contrapunt de certes qüestions.

Escenaris de temps constituents

El primer article que hem analitzat es titula "Escenaris de temps constituents" (Domènech, 2015) i fou publicat per *El Periódico* el diumenge 27 de desembre de 2015, tot i que es trobava a l'edició digital des de la tarda del dissabte.

A les primeres línies de l'article, Domènech analitza la situació política i la composició del Congrés resultat de les eleccions del 20 de desembre, una setmana abans de la publicació de l'article.

Les eleccions del 20D han generat immediatament un debat sobre possibles variants de govern que tanca els ulls davant el fet que el seu resultat expressa la crisi i l'esgotament de tot l'escenari polític

anterior. I en aquest tancar els ulls, morir per tancar els ulls que diria Max Aub, les alternatives esdevenen poques i forçades. D'una banda, aritmèticament una gran coalició de PP i PSOE, amb variants de govern tècnic afavorit pels grans poders europeus, o un govern només del PP amb l'abstenció de PSOE i Ciutadans (en realitat aquesta és l'única aportació que pot fer el partit taronja, que ha esdevingut clarament irrellevant després de tot el que es prometia l'IBEX-35). D'altra banda, una àmplia aliança que inclogués Podem, a les diferents confluències associades amb ell, a partits sobiranistes i al PSOE. Aliança que el mateix PSOE ja ha declarat per activa i per passiva que no pensa ni considerar. Derogar l'article 135, les reformes laborals o assumir la plurinacionalitat no entra en la seva perspectiva, bàsicament perquè els vells partits en decadència electoral no surten encara del marc mental previ al 20D (2015).

Tot seguit, però, Domènech introdueix un paràgraf que li permet saltar del debat polític i parlamentari del moment a dibuixar un panorama més general i, per tant, a remetre's a bona part del contingut dels documents citats anteriorment.

El debat no és d'aritmètica ni de velles receptes, el debat és d'assumir o no els grans desafiaments constituents d'aquests temps, de posar una espelma per veure si torna el passat o d'assumir el futur. Aquest debat té dos pilars bàsics, democràcia i sobirania que en realitat són un. La pèrdua de democràcia i de sobirania davant els grans poders econòmics, que ens ha empobrit a la majoria i que necessita d'un aprofundiment dels mecanismes democràtics, l'articulació davant la imposició recentralitzadora de la necessitat de l'assumpció definitiva de plurinacionalitat que passa també per l'assumpció del dret a decidir (2015).

Quan llegim les al·lusions a "la pèrdua de democràcia i sobirania davant els grans poders econòmics" i a "la imposició recentralitzadora" hem de pensar en les dues grans ones de mobilitzacions que l'òrbita dels comuns cita com a essencials pel seu naixement: el 15M i les reivindicacions sobiranistes catalanes.

Aquests dos elements són una constant en els documents de la formació. Entre els valors que es vol atribuir el nou espai i que apareixen citats i explicats a la segona part del document "Relat Espai Polític" hi apareixen precisament "nous", "ètics i regeneradors" i "nova política" per una banda i "sobiranistes" per l'altra (En Comú Podem, 2016d).

Un altre concepte important que apareix tant en l'article com en els documents interns és la idea de "canvi d'època". Explicant el valor de "nova política" que els comuns s'atribueixen en el document de "Relat Espai Polític" es menciona que "som l'espai per construir una nova època". De fet, com es recull a l'apartat 3, aquesta idea de "nova època" és un dels trets que defineix la construcció de la la identitat política dels comuns.

Es pot intentar evadir això apel·lant a escenaris de "governabilitat", però en realitat sense assumir-ho tota governabilitat serà precària i a allò que es tanqui la porta ara entrarà per la finestra després. Estem en realitat en temps constituents i és d'ells que sorgeix una alternativa de govern sòlida. La resta és optar entre una legislatura extremadament curta o curta a seques, on s'haurà de seguir treballant per a la construcció de noves majories que assumeixin el repte d'aquests temps. [...] L'obertura dels grans debats o és ara –i en ells hem de posar el millor de nosaltres mateixos no en clau de debats de poder sinó de país– o serà més tard, però ja no gaire més tard.

Per resumir podem dir que l'article serveix per exposar quines són, segons el criteri de Domènech, les grans qüestions polítiques a debatre políticament i a solucionar. En aquest cas, és especialment rellevant com el relat dels 'comuns' que apareix als documents interns es reproduïx d'una forma semblant en contribucions en premsa com aquesta i serveix per a fixar la postura sobre qüestions

com el referèndum o la crisi democràtica que denuncia el 15M. Un altre fet observable en aquest text és com Domènech lliga el relat marc del seu espai polític al moment present, atès que quan es va publicar l'article era just una setmana després de les eleccions del 20 de desembre en un context en què es començava a debatre la possible formació d'un govern.

Sortir del bloqueig. Reconstruir l'esperança

L'article "Sortir del bloqueig. Reconstruir l'esperança" (Domènech, 2016) es publica a l'edició digital de *El Periódico de Catalunya* el dilluns 2 de maig de 2016. En un context d'incertesa institucional, amb unes segones eleccions a la vista, Xavier Domènech intenta respondre a la pregunta de "què ha anat a fer ECP al Congrés i per què és allà".

El paral·lelisme entre la primera part de l'article i els documents d'argumentari que expliquen la gestació i el sorgiment de l'espai dels comuns és clar. A la primera part del document de "Relat Espai Polític" s'usa la metàfora de la "triple crisi". En aquest apartat es construeix un relat que per exemple afirma que "el maig del 2010, el govern de Zapatero, a petició de Merkel i els mercats, realitza les retallades més grans de la democràcia (fins aquell moment)" (En Comú Podem, 2016d). Així doncs, quadra perfectament amb el que Xavier Domènech diu en la seva col·laboració a *El Periódico*.

Quan el 13 de gener ens vam trobar diverses persones cara a cara al nou Congrés dels Diputats hi havia certa expectació i també desconeixement. Cada un, finalment, és fill del seu pare i de la seva mare, però la nostra història col·lectiva, la que va portar les confluències, com En Comú Podem i Podem, a irrompre al Congrés representant més de cinc milions de vots comença el 2010/2011. Comença amb una gestió de la crisi favorable als privilegiats, comença amb la ruptura del pacte social i constituent implícit, comença quan se'n diu que els principals culpables de la crisi són els nostres drets i les nostres esperances, comença a les xarxes on es trenca el silenci i s'encarna a les places i els carrers on convertim la protesta en desafiament. Comença allà i, en una història realment extraordinària, les onades que es generen en aquest moment trenquen el 13 de gener en el cor del sistema polític nascut de la Transició i consolidat durant els anys 80 i 90. No veníem al Congrés a solucionar els nous problemes amb velles lògiques, malgrat que alguns s'entossudissin a intentar-nos fer creure que era així.

S'hi van entestar aquells que governaven precisament aquell 2010/2011, i mai han mostrat ni un senyal d'autocrítica, també s'hi entestaven aquells que propugnaven una Gran Coalició contra nosaltres, contra la majoria de votants del 20 de desembre. Som filles i fills de la protesta però també de les noves propostes, som filles i fills del canvi, no del tot segueix igual i vosaltres us adapteu a les velles lògiques. Portem la llavor d'un nou projecte de país davant l'esgotament dels projectes que només ens parlen de configuracions de poder i d'alternatives ja tan velles que no han pogut ni renéixer. És per això que al principi del debat sobre com desenvolupar la legislatura apostàvem tan clarament per l'obertura de nous temps constituents i dèiem que seria en aquest debat on trobaríem les majories necessàries (Domènech, 2016a).

A més de la referència al relat de la crisi econòmica aquests dos paràgrafs també tenen una connexió clara amb tot aquell discurs que associa En Comú Podem al cicle de mobilitzacions socials que es dona entre els anys 2011 i 2014. Al mateix apartat de la "triple crisi" que citàvem abans, es parla de que "és durant el 2012 quan es passa de la protesta a la proposta. Els ciutadans,

conscients d'aquest desemparament s'uneixen per resistir i protegir els seus drets. Als carrers, a les places, al CAP o a les escoles" (En Comú Podem, 2016d). Aquest fragment guarda semblances evidents amb l'article, quan hi llegim que:

Se'ns diu que els principals culpables de la crisi són els nostres drets i les nostres esperances, comença a les xarxes on es trenca el silenci i s'encarna a les places i els carrers on convertim la protesta en desafiament [...] Som filles i fills de la protesta però també de les noves propostes, som filles i fills del canvi (Domènech, 2016a).

En la resta de l'article, Domènech insisteix en que el fenomen 'comú' no és puntual i tracta qüestions més aviat conjunturals lligades a la preparació de les eleccions del 26 de juny i a la investidura fallida de Pedro Sánchez després del 20 de desembre. Tanmateix, la primera part d'aquest article ens permet veure la relació entre diferents documents i intervencions de Xavier Domènech. En tots ells veiem com els 'comuns' van construïnt tot un relat que explica l'esclat de la crisi i els últims cicles de mobilització, d'entre els que destaquen, per una banda, el 15M i les mobilitzacions contra les retallades i, per l'altra, el moviment sobiranista català.

Una nova força política per a Catalunya

L'article "Una nova força política per a Catalunya" (Domènech, 2016) va ser publicat al portal de *La Vanguardia* el dimecres 14 de setembre de 2016. El text comença repassant la cronologia de la gestació de l'espai dels 'comuns' des de la creació de Barcelona en Comú fins a l'anunci del procés de creació d'una única força política 'comuna' d'àmbit català.

Hem caminat molt des que Ada Colau va pronunciar la paraula confluència, convertida poc després ja d'ús corrent, en la presentació del que seria Barcelona en Comú. La idea de confluència expressava en aquest cas quelcom diferent que la vella idea d'unitat de les esquerres. Primer perquè feia referència a un procés de construcció que interpel·lava àmpliament tota la ciutadania, persones dels més diversos camps que havien viscut l'experiència del 15-M com un moment clarament transformador i les forces polítiques que havien llegit el canvi de cicle històric en què estem immersos. Però també, i sobretot, perquè no es tractava d'agregar només forces, no es tractava de sumar sinó de multiplicar, fent del tot quelcom més, molt més, que la suma de les parts. Des d'aquell 2014 han estat diversos els processos de confluència en una història extraordinària. La capital de Catalunya està governada precisament per una confluència i l'espai dels comuns ha guanyat –la primera vegada contra tot pronòstic– dues vegades les eleccions generals a Catalunya. Ara és el moment de fer un pas més perquè les confluències esdevinguin ja definitivament una nova força política catalana (Domènech, 2016b).

Així doncs, Domènech fa un esforç per lligar les experiències de Barcelona En Comú amb les d'ECP i projectar-les totes dues cap al nou partit en construcció. D'aquest fet, en podem extreure dos matisos significatius. Un, que Barcelona En Comú és en tot moment considerat el principi dels 'comuns', de la mateixa manera que coincideixen en destacar-ho els entrevistats. Dos, que l'experiència de Catalunya Sí que es Pot per les eleccions catalanes del 27 de setembre és obviada i no és tinguda en compte en cap cas com a referent.

En la resta de l'article, Domènech se centra en dues fonamentalment en explicar com hauria de ser el procés pel qual naixerà la nova força política. Aquest procés acabaria rebent el nom de Un País En Comú.

En primer lloc, el cap de llista d'En Comú Podem destaca la importància de tenir una forta

implantació territorial i ho relaciona amb els resultats de les eleccions generals, en què ECP va obtenir graus de suport significatius arreu de Catalunya.

Els resultats electorals de les dues últimes convocatòries confirmen una veritat que ara ens sembla a tots evident (malgrat que no ho fos abans del 20D): els comuns poden esdevenir una força hegemònica a la Catalunya metropolitana. Però també confirmen una altra veritat que potser ha passat més desapercebuda: els comuns poden ser una força real i present arreu de Catalunya. I això és així no tan sols pels resultats a la segona i tercera corona metropolitana, sinó també pels resultats de Lleida ciutat, les Terres de l'Ebre, Tremp, Berga, Ripoll o Olot. Les causes d'aquests resultats poden ser analitzades de moltes maneres, però la meua impressió és que aquest espai s'ha constituït per molts com la millor representació de la necessària resposta a la crisi social i econòmica del país, de tot el país.

Malgrat la progressiva substitució de l'antiga CiU per ERC en l'àmbit local en algunes parts del país, el que és cert és que l'articulació d'alternatives territorials és quelcom cada cop més urgent. La crisi social, econòmica i ecològica s'encarna també en una crisi territorial. Tot això en el marc d'una economia globalment poc competitiva, malgrat haver "aconseguit" tenir sortida del bloqueig. Reconstruir l'esperança dels nivells de precarietat laborals més alts dels països rics, amb els índexs de productivitat estancats a nivells de l'any 2000 i excessivament terciaritzada i dependent (2016b).

Tot seguit, el diputat posa l'èmfasi en el procés de creació de la nova força, que defineix com a "de construcció programàtica cap enfora".

Partint d'aquí, la construcció de la nova força política ha de ser bàsicament una construcció programàtica cap enfora, fins a aconseguir aglutinar les demandes socials, nacionals i democràtiques que són majoritàries i transversals al poble català. Una construcció que no ha de ser principalment organitzativa, sinó de país per a una nova Catalunya. En un procés que hauria de culminar en no més de mig any, amb una gran convenció constituent com a moment fundacional d'aquesta nova força política.

El seu camí s'inicia amb un ampli procés de debats i elaboració en els propers mesos, estès per tot el territori, que ordeixi alhora la trama del nou espai polític i ens permeti sortir de la situació actual. Som en un atzucac històric, en què la proposta de canvi progressista dels comuns ha de poder anar més enllà del keynesianisme, basant-se en la justícia social i els béns comuns i en una democràcia que arribi a totes les esferes de les nostres vides. La transparència, el rendiment de comptes, el reconeixement nacional, revertir les retallades o lluitar contra la corrupció tan sols poden ser un primer pas en aquest sentit (Domènech, 2016b).

Finalment, Domènech aposta per deslligar el procés de construcció del partit dels 'comuns' als temps de la política catalana, marcats pel procés independentista. Així doncs, afirma que "és l'aquí i l'ara i no pas l'arribada d'un dia D que ens instal·la en un temps d'espera buit de canvi".

El procés de naixement d'aquesta força política s'ha de teixir així amb la pròpia construcció d'un país que està vivint temps constituents, amb un marc autonòmic clarament en fallida. La concreció, en aquest sentit, d'una proposta sobre la qüestió nacional, parteix de la certesa que hem de construir Catalunya no des d'un horitzó abans del qual tot sembla subordinat a la seva mateixa realització, sinó des de l'articulació d'alternatives concretes i, per concretes, realment globals. És l'aquí i l'ara i no pas l'arribada d'un dia D que ens instal·la en un temps d'espera buit de canvi. L'opció aquí és construir el país des d'una àmplia majoria sobiranista, que vol poder parlar de totes les sobiranes i

incloure en aquest marc el dret a decidir, no des de la part, sinó des del tot. Es tracta de construir per decidir, no pas de decidir per construir.

Certament, en el procés de debat cap a aquesta convenció s'haurà de precisar una proposta també en aquest terreny, però ha de ser una proposta plena d'horitzons de canvi, ha de ser una proposta que parteixi de les majories existents. Aquí la qüestió no pot ser de poder, ha de ser de país, no pot ser de fulls de rutes i eleccions, ha de ser d'alternatives concretes, i per concretes llavors globals (2016b).

En conclusió, aquest article a *La Vanguardia* serveix a Xavier Domènech i al seu equip (M. Grau, comunicació personal, 28 març, 2017) per marcar les línies mestres del procés que després seria Un País En Comú i el nou subjecte. A més, hi trobem un èmfasi interessant en la necessitat de ser present a tot el territori. Això és un canvi organitzatiu perquè fins aleshores els referents dels 'comuns' eren o bé la candidatura barcelonina encapçalada per Ada Colau o bé la candidatura al Congrés encapçalada pel propi Xavier Domènech, però no existeixen gairebé referents territorials. Alhora, és un matís nou en el discurs que aposta per *aterrar* arreu del Principat la proposta dels 'comuns'.

Una nova eina per a Catalunya

L'article "Una nova eina per a Catalunya" (Domènech, 2016) apareix a la revista *Treball* el 27 de febrer de 2017. És un text especialment llarg del qual n'analitzarem només els primers paràgrafs. La resta de l'article parla més de qüestions conjunturals que no tenen el mateix interès en la construcció del relat en el seu conjunt.

Venim, certament, de lluny. La lluita i el compromís per millorar la vida de les majories beu de diverses fonts. En aquest sentit, som hereus de les grans tradicions emancipadores: el sindicalisme, que ha guanyat els drets als centres de treball i al carrer; l'ecologisme, que defensa el territori dels atacs especulatius; el feminisme, que articula la possibilitat d'una societat justa també en termes de gènere; el pacifisme, que lluita contra la barbàrie, i el republicanisme, que ens impregna a diari dels valors de la llibertat, la igualtat i la fraternitat, entre d'altres. Hereus d'unes tradicions que a la nostra terra han construït i articulat el país. D'aquells qui van guanyar la jornada de 8 hores per a tothom, dels qui van reconstruir la democràcia durant la negra nit franquista, dels moviments socials i veïnals que van recuperar les llibertats i els nostres drets durant els últims 40 anys.

Som, però, tant fills i néts del nostre passat com de nosaltres mateixos. Fills també d'una nova època, que té en el 15M un dels seus signes més evidents. La seva irrupció marca, en aquest sentit, una etapa de mobilització social i política excepcional, on vam entendre que sols no podíem, que ens necessitàvem a tots i totes, en un procés de lluites i aprenentatges que cercaven transformar una realitat absolutament injusta, al mateix temps que ens transformàvem també nosaltres mateixos.

Davant un sistema polític cada cop més deslegítimat, vam passar de la protesta a la proposta, vam configurar també nous instruments i espais polítics que aplegaven el nou activisme amb les militàncies més dignes. I així vam conquerir institucions i governs, portant el canvi a la ciutat de Barcelona, entre d'altres viles i pobles, demostrant que les coses es poden fer d'una altra manera: posant la gent en el centre de totes les decisions polítiques (Domènech, 2017).

En els tres primers paràgrafs de l'article, Domènech es dedica sobretot a citar referents històrics i ideològics, així com a dibuixar l'espai dels 'comuns' com a successors d'aquests. En aquest cas concret, parla en abstracte de "l'ecologisme", "el feminisme", "el pacifisme" i el "republicanisme". En altres casos, però, aquest esforç de lligar els 'comuns' a referents històrics és menys sintètic i més evident. Un bon exemple és la conferència pronunciada a la Biblioteca Francesca Bonnemaison a

unes setmanes de les eleccions del 26 de juny de 2016.

Si hi ha algú que mira al futur amb plena consciència de que les seves arrels neixen en el passat, som nosaltres. [...] Nosaltres pertanyem, i per això ho deia, a una tradició que és profunda en el temps, que és molt rica, que és molt complexa, que és la del catalanisme popular, la del catalanisme d'esquerres d'aquest país. [...] Són els primers socialistes, comunistes, republicans, federalistes d'aquest país. Aquesta tradició és una tradició profundament anticentralista. [...] Hi trobem noms com Ramon Xauradó [...]. Ramon Xauradó inaugura una tradició que després trobarem amb Abdón Terrades, amb Narcís Monturiol, que trobarem amb Claver, que trobarem amb tots aquests primers republicans socialistes, demòcrates, comunistes catalans d'aquest primer terç de segle i que defineixen tota una tradició popular enormement potent [...] És una tradició que es construeix en el primer sindicalisme català [...] Aquesta tradició després la sintetitzarà de gran Pi Margall. [...] Pi Margall és el gran pare de les esquerres catalanes. Per qui és referent Pi Margall? Valentí Almirall, el fundador del catalanisme margallista d'esquerres, Salvador Seguí, que representa la tradició llibertària d'aquest país. També un jove Lluís Companys. Aquesta tradició política plebea representa la tradició en que s'hauria d'inscriure aquest espai polític, aquestes propostes polítiques que estan naixent i que nosaltres representa En Comú Podem (En Comú Podem, 2016c).

A la mateixa conferència, Xavier Domènech parla del lligam entre la cultura política "per a les classes populars" en què s'emmarquen els referents que acabem de citar i entre la cultura política que és també de país. És a dir, que no és només una aposta de classe sinó també nacional. El primer dels referents històrics d'aquest viratge o d'aquest matís de la història de les esquerres catalanes en què vol inscriure els 'comuns' seria Gabriel Alomar. Tot seguit, cita la Unió Socialista de Catalunya, Esquerra Republicana i el PSUC. Els mateixos referents apareixen a una altra conferència posterior pronunciada a l'Ateneu Barcelonès (Domènech, 2016).

Algunes d'aquestes referències històriques ja apareixen, i de fet lliguen molt bé, amb una part de l'argumentari d'En Comú Podem. En concret, al document de "Relat Espai Polític" ja s'afirma que "som fruit del present però també venim de lluny. Som hereus d'un d'un fil invisible que ha protagonitzat els millors moments de la història del nostre país" i s'anomenen referents com Valentí Almirall, Pi i Margall, el republicanisme, Companys, l'obrerisme, la resistència antifranquista, l'Assemblea de Catalunya i el PSUC.

Del catalanisme de Valentí Almirall, del federalisme de Pi i Maragall. Del republicanisme, de Companys, de l'obrerisme, el catalanisme popular. De l'antifranquisme, de l'Assemblea de Catalunya, del PSUC. Dels ajuntaments democràtics i els moviments veïnals que van lluitar per tenir pobles i ciutats millors (En Comú Podem, 2016d)

Als següents paràgrafs de l'article a la revista *Treball*, Domènech destaca bàsicament dues idees. Una, desmentir que els 'comuns' siguin un "accident polític" passatger. Al contrari, afirma que "hem de ser, en aquest sentit, força efectivament en disposició de governar el present, però també una força que ens permeti prefigurar futurs alternatius davant l'esgotament sistèmic actual" (Domènech, 2017).

L'altra idea que el diputat 'comú' defensa és la reivindicació del seu espai polític com una "alternativa de país", de manera que entra en la qüestió nacional i intenta diferenciar-se de la resta d'ofertes polítiques com "una proposta democratitzadora que materialitzi el dret a decidir del poble

de Catalunya, i la necessitat de posar les institucions al servei de la gent" . A més, lliga novament aquesta qüestió al fet de construir "una Catalunya que no oblidí cap racó, on es compti amb totes les comarques" (Domènech, 2017), és a dir, amb la qüestió de la presència al territori i la cohesió territorial.

3. Anàlisi d'entrevistes

En aquest tercer apartat explicarem algunes de les qüestions i els matisos més interessants extrets del total de vuit entrevistes a persones rellevants de l'espai dels 'comuns'. La informació apareix ordenada i redactada en funció de dos criteris. En primer lloc, mirant de mantenir la coherència interna del text i traçant un recorregut discursiu que permeti parlar de tots els punts tractats apareguts a les entrevistes que, a més, es troben marcats per títols. El segon criteri ha consistit en situar primer els temes que han aparegut de forma més recurrent a les entrevistes.

La identitat política dels 'comuns'

En la majoria d'entrevistes, la identitat política dels 'comuns' és un dels temes més tractats. Els entrevistats lliguen la consolidació d'aquesta identificació amb un nom, "comuns", i un relat a les dues candidatures d'En Comú Podem i en el procés de creació del nou partit. Tot i això, la majoria posa la fita del naixement d'aquesta identitat política en la formació de Barcelona En Comú.

El polític i director de campanya d'EC, Marc Grau, relaciona la creació de la identitat política dels 'comuns' amb la necessitat de diferenciar la candidatura catalana de l'aliat a la resta de l'Estat. És a dir, per diferenciar En Comú Podem i l'univers dels 'comuns' de Podem estatal. "Per salvar la campanya segona havíem d'accelerar la creació del nou subjecte en el sentit sociològic.

Necessitaven que existissin els 'comuns', que no són ben bé Podem" (comunicació personal, 28 març, 2017).

Grau contraposa aquesta creació d'una identitat nova amb les coalicions tradicionals. "Normalment les sumes resten. Cadascú suma el seu sostre de vidre. El que vas acumulant són limitacions. Per tant, el que s'ha de fer és crear una identitat nova que et permeti superar sostres de vidre. Al final, té a veure amb de quins temes parles i a quins electors vas", diu. I resumeix que "la base de tot és construir un instrument per un canvi d'època, tots els valors parteixen d'aquesta idea de canvi d'època" (comunicació personal, 28 març, 2017).

Té a veure en crear una eina de canvi per a una nova època, això ha de ser el nou partit. Per tant, l'origen? Diguéssim que és la generació, la majoria social, partidària del canvi, en un sentit general. Neix tant de les mobilitzacions sobiranistes com del 15M. A Catalunya li passa això, té com aquests dos *cleavages* o moments de socialització política i construcció de socialització política. Això acaba configurant un escenari que prefigura una majoria partidària del canvi. I aquesta majoria no té una eina política. El nou subjecte és això (M. Grau, comunicació personal, 28 març, 2017).

Per a la politòloga i responsable d'àrea d'Un País En Comú Paola Lo Cascio, aquesta idea de canvi d'època és també vital i definitiva de la construcció de la identitat política "comuna" en els dirigents i els militants: "Tothom té la percepció que estàs fent alguna cosa nova i, empès per la dinàmica global de l'Estat, també de que hi ha una època nova. Això pesa molt, és la idea que no dependrà d'unes decimals, sinó que et jugues la capacitat o no de canviar de manera significativa el panorama" (comunicació personal, 2 maig, 2017).

En canvi, segons el secretari d'organització d'EUiA, Héctor Sánchez:

El que ha facilitat això [la creació d'identitats polítiques compartides] és el relat d'èxit, un projecte que ha sigut capaç de donar la sorpresa, de guanyar el David contra Goliat. Això genera una èpica que ràpidament et genera una identitat i et permet arribar i fer seu el projecte a gent que més o menys està al teu entorn (comunicació personal, 11 maig, 2017).

D'una manera similar, el que Sánchez anomena "el relat d'èxit" (comunicació personal, 11 maig, 2017) per a Paola Lo Cascio seria més aviat un canvi de mentalitat per "voler ser l'esquerra gran" (comunicació personal, 2 maig, 2017).

Sánchez afirma que "El procés de construcció d'una identitat comuna i compartida per tothom durà el seu temps. [...] Hi ha gent, jo per exemple, que tenim la identitat de ser dels comuns" i destaca que una de les tasques a fer serà la de "rebaixar identitarismes previs" (comunicació personal, 11 maig, 2017).

D'En Comú Podem al nou subjecte

La construcció del nou subjecte que agruparà el que ara coneixem com els 'comuns' és una de les qüestions presents, com a rerefons, en gairebé qualsevol document, article o conversa amb els actuals dirigents.

El precedent electoral més immediat d'aquest procés és En Comú Podem, de manera que és una experiència determinant per configurar el nou subjecte. De fet, és després de les eleccions al 20D que es decideix i s'anuncia la decisió de construir un nou i únic partit dels 'comuns'.

Per a Paola Lo Cascio (comunicació personal, 2 maig, 2017), "[En Comú Podem] va funcionar bé com a coalició o, millor dit, va ser més que una coalició" i és segurament aquesta experiència la que determina l'aposta de tots els actors per un nou espai.

Tant Héctor Sánchez (comunicació personal, 11 maig, 2017) com Susanna Segovia, de l'executiva de Barcelona En Comú, (comunicació personal, 9 maig, 2017) relacionen l'aposta pel nou subjecte amb l'èxit de la candidatura Barcelona En Comú i, sobretot, d'En Comú Podem. Segons ells, les experiències d'èxit permeten consolidar el projecte i afavoreixen la negociació entre els actors.

A més, en opinió de la membre del Consell Ciutadà Estatal de Podem Jéssica Albiach (comunicació personal, 24 maig, 2017), "cada força de les que forma Catalunya En Comú interpel·la un electorat diferent", de forma que té sentit ajuntar-se. Per a Marc Grau (comunicació personal, 28 març, 2017), en canvi, "cadascú suma el seu sostre de vidre. El que vas acumulant són limitacions. Per tant, el que s'ha de fer és crear una identitat nova que et permeti superar sostres de vidre. Al final, té a veure amb de quins temes parles i a quins electors vas".

El referèndum i la qüestió nacional

En gairebé totes les entrevistes, la qüestió nacional i la mesura concreta del referèndum apareixen també com un element essencial. A més, els diferents responsables dels 'comuns' indiquen una evolució de la importància del tema en els diferents comicis i moments determinats per al projecte. El coordinador nacional d'ICV David Cid afirma que en la campanya de Barcelona En Comú "l'eix de competència política que en unes catalanes o unes generals seria el nacional passa a ser aquella cosa maragalliana de la Barcelona orgullosa, de l'orgull de ciutat" (comunicació personal, 2 maig,

2017), de manera que aquest element no és clau en el naixement orgànic dels 'comuns'.

En canvi, a les eleccions del 27S al Parlament de Catalunya la qüestió nacional, i molt especialment en un context plebiscitari, és la dominant. Així ho creu l'assitent de Xavier Domènech, Arnau Mallol (comunicació personal, 9 maig, 2017), que va ser present a les campanyes municipals, catalanes i a les dues generals. Per a Mallol, "el 27S estava tot venut en un camp dicotòmic de sí o no a la independència. No podíem fer res més que centrar-nos en el referèndum" (comunicació personal, 9 maig, 2017).

Entre el desembre de 2015 i el juny de 2016, és a dir entre les dues convocatòries electorals d'àmbit estatal, hi ha diferències en l'agenda de temes que en bona part determinen el comportament d'En Comú Podem. Mentre que Mallol afirma que "en la primera campanya, el tema estrella és el referèndum" (comunicació personal, 9 maig, 2017), el fracàs de la investidura i la gestió dels pactes ocupa un paper central, fins i tot a Catalunya, en la segona.

Una de les anàlisis més compartides sobre el paper de la qüestió nacional al si dels 'comuns' és l'efecte que té la "pressió" dels adversaris polítics per "encaixonar" i "acusar d'ambigus". Per a la membre de l'executiva de Barcelona En Comú Susanna Segovia (comunicació personal, 9 maig, 2017), el posicionament dels 'comuns' en el bloc del sí o el no a la independència no és possible perquè no són "gent de sí o no".

Demoscòpia i organització de les campanyes

Entrant en els temes directament relacionats amb les campanyes d'En Comú Podem, és destacable l'ús que els entrevistats expliquen que s'ha fet de les dades i la demoscòpia. Coincideixen en explicar com a la campanya del 20 de desembre de 2015 no es van fer servir estudis previs i es va preparar tot "per intuïció". Arnau Mallol ho justifica de la següent manera:

En la primera campanya, com que som nous, com que no tenim referent en les últimes eleccions i tot ha canviat, com que no existia la crisi que hi ha actualment... No teníem res que agafar com la nostra base. No ens podíem basar en els resultats d'ICV, ni amb els d'IU a nivell estatal, ni amb el 27S per ser un context plebiscitari, els resultats de Barcelona només servien per Barcelona i aquí també teníem una excepcionalitat molt gran... Per tot això, la demoscòpia ens servia molt poc (comunicació personal, 9 maig, 2017).

Aquesta situació canvia en la campanya del 26J, en que ja es disposa d'un referent i d'estudis tan complets com el CIS post-electoral. En aquest cas, segons explica Marc Grau, "primer fem l'anàlisi demoscòpic i després fem l'estratègia de campanya" (comunicació personal, 28 març, 2017). En aquest cas, i sempre en contrast amb l'anterior, Mallol diu que "vam fer servir la demoscòpia per potenciar certs valors que nosaltres intentàvem traslladar més o menys en la primera campanya, però que després podem acotar-los més i emfatitzar-los més" (comunicació personal, 9 maig, 2017).

Entrant a les qüestions organitzatives de la campanya, Paola Lo Cascio ressalta la importància de que un cert grup de persones pogués treballar al marge del control directe dels partits que participaven de la candidatura d'En Comú Podem:

El 26J es van fer dos circuits de campanya. El circuit 1 que era el més important, en el qual participaven el Xavi la Lucía Martín, es va reservar per fer campanya per En Comú Podem i que no hi entressin altres inputs [dels partits] (comunicació personal, 2 maig, 2017).

Per a ella, aquest fet és determinant perquè permet traslladar més fàcilment a l'electorat que s'està fent quelcom nou.

Diferència entre les campanyes: el 20D i el 26J

Les diferències entre les dues campanyes en què ha participat ECP, la del 20D i la del 26J, han estat una qüestió present en algunes de les converses. A nivell comunicatiu i electoral, més enllà de la qüestió organitzativa i de recursos, aquestes diferències condicionen el missatge i el comportament d'En Comú Podem.

Per a David Cid, "la segona campanya és més difícil que la primera, som objectiu que tothom i l'autoexigència de no empitjorar. A més, ERC planteja una campanya més dura contra nosaltres" (comunicació personal, 2 maig, 2017). A més, els resultats dels comicis del 2015 condicionen durament la campanya del 2016. Per a Cid:

Els resultats del 20D ens fan més visibles com un actor català. A més, el grau de coneixement del Xavi puja, intervé en els grans debats com la investidura de Pedro Sánchez, apareix com un actor català... Tot això singularitza molt que tenim una dinàmica pròpia. No som dos grells d'una mateixa taronja, sinó que som dues taronges diferents que, tot i ser molt semblants, tenen les seves particularitat i les seves dinàmiques. [...] El fet que el 20D fóssim molt competitiu a tot el territori, especialment a la Catalunya interior, fa que apareguem com un actor solvent a tot Catalunya, més enllà de la zona metropolitana. [...] La confrontació amb ERC, que era buscada per ells i no per nosaltres, ens visibilitza a nosaltres i ens visibilitza com un espai català.

En la mateixa línia, Adrià Porta, membre de l'equip d'argumentari d'En Comú Podem, creu que "a principal diferència entre les primeres eleccions i les segones és la consolidació" i que, a més, "en les segones eleccions hi ha un salt de la tàctica a l'estratègia" (comunicació personal, 9 maig, 2017).

Aquest "salt" pot tenir a veure a que l'anunci de crear un partit únic i estable d'àmbit català que aplegui tots els 'comuns' es fa entre ambdues convocatòries⁶. De fet, Cid (comunicació personal, 2 maig, 2017), Mallol (comunicació personal, 9 maig, 2017) i Segovia (comunicació personal, 9 maig, 2017) senyalen que un dels objectius de la segona campanya era senyalar que s'estava construint una força nova i posar-ne alguns fonaments del nou espai a nivell comunicatiu i de lideratge.

Els adversaris: convergents i populars

Al llarg de les entrevistes s'ha parlat molt breument de tot el que no fos l'espai dels 'comuns', així que els adversaris polítics no han ocupat un paper central. Tot i així, alguns entrevistats s'hi han referit. A més, els documents de campanya, els articles i les conferències en parlen sovint.

L'enemic que més de forma més recurrent identifiquen els 'comuns' en el context català és l'antiga Convergència Democràtica de Catalunya, actualment reconvertida en el Partit Demòcrata Europeu

⁶ A principis de 2016, Barcelona En Comú fa l'anunci que convida a crear un nou partit d'àmbit català. Consulteu-ne una de les notícies: Ortega, M; González, S. (2016). Colau planteja als seus socis crear un nou partit d'esquerres a Catalunya. *Diari Ara*. Recuperat de: http://www.ara.cat/societat/BComu-consolidar-confluencia-desquerres-Catalunya_0_1510649009.html

Català (PDECat). A vegades es parla també d'Esquerra Republicana, degut a l'acostament entre aquestes dues forces que ara governen juntes la Generalitat. Tant per parlar del PDECat com d'aquest acostament amb ERC, els 'comuns' es refereixen a "l'hegemonia convergent". A l'article a la revista *Treball*, Domènech és explícit pel que fa a la crítica a l'adversari convergent:

L'hegemonia convergent a Catalunya està perdent la confiança d'un poble que està fart de la seva corrupció, de les seves retallades. Les classes populars han d'estar en disposició d'articular una nova hegemonia social, cultural, econòmica i política, per encarnar i ser portadores d'un nou projecte de país. (2017)

També s'hi refereix la diputada al Parlament de Catalunya, Jéssica Albiach:

Una de les bases del discurs del nou espai ha de ser acabar amb l'hegemonia convergent. D'això ja n'hem fet un concepte en si mateix que vol dir acabar amb un model que genera una de les desigualtats més altes d'Europa, una certa normalització de la corrupció, un model que no és sostenible i que no és ecològic, etc.

L'expressió "hegemonia convergent" ajuda a seguir identificant el PDECat amb el partit de què és hereu, CDC, i alhora atacar ERC per acostar-s'hi. "Hegemonia convergent" no fa tanta referència a un partit concret, com a una forma de fer i a unes determinades dinàmiques polítiques que, segons l'anàlisi dels 'comuns', es donen a Catalunya. Ho explica Adrià Porta (2016) en un article a *Crític*: "Convergència ha aconseguit amb èxit fins ara posar tots els seus adversaris polítics entre l'espasa i la paret: o la integració subalterna o la marginalitat". A més, aquest col·laborador de Domènech ho relaciona també amb el funcionament del procés sobiranista:

Si bé Convergència perd progressivament vots a les urnes, no deixa per això de liderar intel·lectualment i moralment el "procés" i imposar el seu full de ruta. Això és així perquè Convergència ha estat capaç de dur a terme dues operacions hegemòniques fonamentals, que l'esquerra haurà de saber desarticular si les vol rearticular en un sentit popular.

A més de "l'hegemonia convergent", també podem apreciar la importància d'un altre adversari polític: el Partit Popular (PP). Tanmateix, la confrontació amb el PP es dona sobretot en un context de campanya a les eleccions estatals i no pas en la construcció a mitjan termini d'un subjecte polític català. Ho explica Arnau Mallol (comunicació personal, 9 maig, 2017): "la major part del nostre discurs a la segona campanya [al Congrés, el 26 de juny de 2016] es basa en dir que som la millor opció per fer fora al PP".

El paper de Barcelona En Comú en el conjunt dels 'comuns'

La candidatura que dona lloc al sorgiment dels 'comuns' és la de Barcelona En Comú, de manera que la seva importància ha estat tractada per bona part dels entrevistats. Héctor Sánchez defensa que "qui ha tengut una experiència més exitosa i que ha sigut el catalitzador de tot plegat és Barcelona En Comú, i qui ha generat una identitat forta és Barcelona En Comú" (comunicació personal, 11 maig, 2017).

Per a Jéssica Albiach (comunicació personal, 24 maig, 2017), de Podem, el gran valor de la

candidatura de Barcelona en Comú és haver estat el primer espai de trobada entre les forces que integren l'espai dels 'comuns'. És el mateix valor que li atribueix Marc Grau (comunicació personal, 28 març, 2017), que afirma que "des d'un punt de vista orgànic electoral, l'origen del nou espai és Barcelona En Comú".

Més enllà però de que va aportar l'experiència de confluència a Barcelona, cal entrar a analitzar què ha aportat orgànicament la gent que va impulsar Barcelona En Comú. Al cap i a la fi, aquest nucli impulsor de la candidatura funciona com un partit més en els processos de formació tant d'En Comú Podem com del nou subjecte.

Susanna Segovia (comunicació personal, 9 maig, 2017) considera que la candidatura municipalista aporta un "model de comunicació" que defineix com a "directe", "creatiu" i "fresc". Per a Segovia (comunicació personal, 9 maig, 2017), aquesta forma de comunicar té molt a veure amb l'èxit electoral de la candidatura i és una aportació que fa Barcelona En Comú al conjunt dels 'comuns'. David Cid (comunicació personal, 9 maig, 2017), també coincideix en destacar el caràcter "movimentista" de la campanya.

Tanmateix, Segovia (comunicació personal, 9 maig, 2017) destaca que el pes d'aquesta "nova manera de comunicar" s'hagi anat diluint amb el temps. Per ella, el nou subjecte pot caure "en el risc de caure en el discurs i el relat dels politòlegs i menys en el discurs i el relat dels activistes" i "envellir massa ràpid".

Així doncs, veiem que pel que fa la construcció i consolidació dels 'comuns', Barcelona En Comú suposa el primer lloc orgànic de trobada i també tota una manera de fer política diferent, "creativa" i "fresca".

Les aportacions d'ICV al 'comuns' i la seva presència al relat

L'aportació, més en termes de missatge que no pas d'organització, militància i infraestructura, ha estat un tema especialment tractat per aquelles persones representants d'un dels quatre partits confluents: Iniciativa per Catalunya Verds, Esquerra Unida i Alternativa, Podem Catalunya i Barcelona en Comú.

Per a David Cid (comunicació personal, 2 maig, 2017) el partit verd aporta "dos elements clau. Per una banda, tot el que es vincula al món del treball, és a dir, precarietat, atur, una proposta econòmica forta, etc. Per l'altra, tot el que té a veure amb el canvi climàtic i amb les polítiques energètiques". En canvi, no reivindica específicament la feina prèvia d'Iniciativa pel que fa al feminisme perquè creu que "que és [una aportació] molt transversal i que la fem des de tots els espais".

A l'apartat d'anàlisi de documents hem vist que ICV, com a conluent en els 'comuns' i com a precedent, sovint era obviada. És a dir, que el discurs dels 'comuns' no ha tendit a mencionar ni reconèixer ICV a l'hora d'usar referents històrics. Per a Cid (comunicació personal, 2 maig, 2017), però, "aquest trencament de l'associació [de BComú, ECP i el nou espai amb ICV] va mutant. Ho veiem per exemple a Barcelona, on en un primer moment l'Ada rebutja tot el que s'ha fet abans i després reivindica a Maragall com a millor alcalde de la ciutat".

De tota manera, Cid (comunicació personal, 2 maig, 2017) explica que "hi havia molta por que reivindicar algunes de les coses que havia fet Iniciativa per por a que trenqués la idea de que érem una cosa nova" i afegeix que "que era intel·ligent en un moment de crisi de la política buscar

aparèixer com un espai nou que ve a trencar amb el preexistent; té tot el sentit del món des d'un punt de vista electoral".

En la mateixa línia, Marc Grau (comunicació personal, 28 març, 2017) creu que "citar o no a ICV és un tema de què et surt més a compte [electoralment], si perds vots o si en guanyes". A més, afegeix que "també té a veure amb el nou partit: la idea del nou partit és crear una identitat nova".

Les aportacions d'EUiA al 'comuns'

Héctor Sánchez d'EUiA (comunicació personal, 11 maig, 2017) considera que el projecte dels comuns funciona i encerta on EUiA va fracassar, és a dir, en crear un espai de coordinació i interacció entre moviments socials i representants. En parer seu, l'aportació d'EUiA al món dels comuns és aquesta: l'experiència i la cultura d'EUiA, molt especialment en allò que afecta als moviments socials. Per a Sánchez (comunicació personal, 11 maig, 2017), "EUiA va ser un fracàs, no aconsegueix accomplir amb la funció que s'havia marcat quan neix", però no el nou espai sí.

El secretari d'organització del partit de l'esquerra alternativa (H. Sánchez, comunicació personal, 11 maig, 2017) relaciona aquest amb dues condicions. Per una banda, considera que "EUiA es constitueix amb la voluntat de ser un nou subjecte que generi un nou espai. Ara el que ha passat és que s'ha generat un nou espai que, després d'un cicle electoral, donarà lloc a un nou espai. És molt difícil interpel·lar els moviments socials si no has generat un nou espai". Així doncs, aquesta inversió en l'ordre seria el que ha estaria permetent consolidar el projecte de nou partit. Alhora, ho atribueix a una qüestió més aviat relacionada amb els cicles polítics i de mobilització. "Després del 15M les condicions estaven madures per a que aparegués Barcelona En Comú i es generessin tota una sèrie de dinàmiques, fa 15 anys no, fa 15 estàvem en una situació de reflux".

La integració parcial de Podem als 'comuns' i les seves aportacions

L'aportació de Podem a l'espai dels comuns, tant en les diferents campanyes com en la constitució del nou subjecte, ha estat un tema que ha anat apareixent a les entrevistes, especialment a la conversa amb Jéssica Albiach.

La membre del Consell Ciutadà Estatal (J. Albiach, comunicació personal, 24 maig, 2017) defineix l'aportació de Podem als 'comuns' de la següent manera:

Nosaltres [Podem] tenim un tarannà més popular i que podem arribar a les classes populars per la nostra manera de parlar, per la nostra manera de fer i pel nostre estil. Altres forces polítiques tenen molts bons quadres, molta implantació territorial i interpel·len fins i tot millor les classes mitjanes o els sectors més intel·lectuals, però la nostra aportació és adreçar-nos a la gent que ve de l'abstenció. No me refereixo a l'abstenció de votar, potser sí que votaven, sinó de participar. Arribem a gent que no participava en política més enllà de votar cada quatre anys. Arribem molt bé a la gent que ha patit més la crisi o que té menys formació.

A més, Albiach (comunicació personal, 24 maig, 2017) manté que a nivell territorial "nosaltres podem aportar una part de desbordament, de política més directa a través dels cercles". Un altre punt important de l'aportació a l'espai 'comú' és el fet de ser un referent o un aliat estatal. En

paraules de la membre del Consell Ciutadà Estatal, "la referència amb Podem estatal també fa que puguem interpel·lara molta gent que no se sentiria identificada [amb nosaltres] si no tinguéssim un referent estatal".

El complicat procés d'integració d'una part de Podem al nou partit dels 'comuns', tot i que Podem Catalunya no s'hi hagi sumat de moment de manera orgànica (Piñol, 2017), ha estat també un tema presenten algunes converses.

Si Héctor Sánchez parlava de "rebaixar els identitarismes d'origen" (comunicació personal, 11 maig, 2017) per a construir una identitat dels 'comuns' compartida i cohesionada, Paola Lo Cascio afirma que:

Podem ha aconseguit bastir a arreu de l'Estat i Catalunya una identitat de partit entre els votants i entre els militants que és molt forta. Hi ha gent que és molt de Podem. Així com als militants i als votants d'ICV o d'EUiA fins i tot els fa més gràcia això dels 'comuns', al votant de Podem no ho sé. M'agradaria pensar que sí i s'hauria de trobar la fórmula de que així fos, però no està tan clar (comunicació personal, 2 maig, 2017).

Aquesta afirmació de Lo Cascio vendria a explicar alguns dels problemes orgànics dels 'comuns' en base a les identitats polítiques que ha generat un dels parits confluents, en aquest cas Podem. La dada no és menor, atès que la majoria d'explicacions que se n'han fet a nivell mediàtic relacionaven aquest fet amb qüestions estrictament orgàniques o fins i tot personals. En el mateix sentit que Lo Cascio, Jéssica Albiach afirma que "Podem, tot i que no voldria ser-ho, s'ha convertit en una força molt identitària. [...] vegades caiem en l'error de defensar sigles o un color molt concrets" (comunicació personal, 24 maig, 2017).

4. Conclusions

A la introducció d'aquest treball ens proposàvem de respondre una qüestió prou general i extensa: "com l'espai dels 'comuns' ha construït el seu relat i com s'ha desenvolupat una identitat política nova a Catalunya". Després de tota la informació recollida i analitzada, plantejar aquesta qüestió en forma de tres temes més concrets: 1) el discurs dels 'comuns' –amb un pes destacat de la qüestió nacional–, 2) l'organització interna i les campanyes i 3) la construcció del nou subjecte i la identitat 'comuna'. Les conclusions d'aquest treball es presenten en base a aquests tres punts.

El discurs 'comú'

El discurs dels 'comuns' es basa fonamentalment en tres elements: el catalanisme sobiranista, el progressisme o l'esquerra i la nova política. Aquesta síntesi, que és pròpia i que no apareix explicitada pels documents interns dels 'comuns' és fruit de dues anàlisis. Per una banda, respon al diagnòstic 'comú' de la triple crisi. Segons aquest relat existeixen tres grans crisis a Catalunya: la nacional, l'econòmica i la democràtica. Cada resposta a una crisi es podria fer amb un dels tres elements, de forma que el catalanisme sobiranista seria la resposta a la crisi nacional, les mesures progressistes o d'esquerres respondrien als efectes de la crisi econòmica i les formes de la nova política solucionarien la crisi democràtica.

Per altra banda, els documents de "Relat Espai Polític" llista set atributs que podríem encabir dins un d'aquests tres elements del discurs comú. Així, podríem encabir els valors que el document cita com a "sobiranistes" i "un sol poble" dins la categoria de "catalanisme sobiranista", els de "al servei i al costat de la gent" i el de "progressistes" dins el de "progressistes i d'esquerres" i, finalment, el de "nous", "ètics i regeneradors" i "nova política" dins "nova política". A més, el "fil invisible" al que apel·la Xavier Domènech quan intenta referenciar-se en la tradició com el catalanisme, l'obrerisme i el republicanisme i figures com Pi Margall i Companys seria perfectament coherent amb la definició del relat en aquests tres eixos.

Una altra part fonamental del discurs és la definició de l'adversari. La construcció de l'adversari es fa a través de la crítica al catalanisme conservador que Domènech defineix com a "patrici" en la seva conferència a l'Ateneu Barcelonès. La tradició "patrícia" es contraposa la "catalanisme popular" amb què Domènech etiqueta el seu espai polític a través de la reivindicació dels referents històrics del "fil invisible" al que apel·la.

Una construcció alternativa de l'adversari és la de "l'hegemonia convergent" (Domènech, 2017), que després es relaciona amb qüestions com les retallades i la corrupció. En paraules de Jéssica Albiach (comunicació personal, 24 maig, 2017) "una de les bases del discurs del nou espai ha de ser acabar amb l'hegemonia convergent". Segons la diputada de Catalunya Sí que es Pot, els 'comuns' han fet un "concepte en si mateix" d'aquesta expressió per referir-se a un "un model que genera una de les desigualtats més altes d'Europa, una certa normalització de la corrupció, un model que no és sostenible i que no és ecològic, etc.". Aquestes crítiques cohesionen l'espai enfront d'un adversari

comú que, a més, s'identifica amb expressions molt concretes i acaba esdevenint una part fonamental del conjunt del discurs 'comú'.

Campanyes i organització

A cavall entre el discurs i l'organització de les campanyes hi ha la qüestió de la demoscòpia. Al marc teòric senyalàvem que segons Maarek "el marketing político utiliza herramientas de análisis de opinión [...] durante la selección de temas y blancos de campaña. Esto significa contar con el indispensable «sondeo previo», cuyos resultados suelen influir de mucho en las principales decisiones de campaña" (1997: p. 85). En aquest sentit, el director de campanya d'En Comú Podem, Marc Grau (comunicació personal, 28 març, 2017) afirma que "primer fem l'anàlisi demoscòpica i després fem l'estratègia de campanya".

En canvi, el mateix Grau (comunicació personal, 28 març, 2017) explica que la sistematització de l'ús de dades en la construcció del relat no es fa fins a la campanya del 26 de juny, i que no havia existit en les eleccions del 20 de desembre. Grau ho relaciona amb la manca de temps, recursos i dades i exposa que el relat de la campanya del 20D es va fer per intuïció. Aquest fet que afecta a la campanya del 20D contrasta fortament amb l'exposat per Maarek i no s'hi ajusta en absolut.

Si la primera campanya d'En Comú Podem no s'ajusta als manuals pel que fa a l'ús de la demoscòpia, tampoc ho fa en tot el que té a veure amb qüestions organitzatives i de personal. Segons en Marc Grau (comunicació personal, 28 març, 2017), en la campanya del 20D "eren bàsicament l'Arnau [Mallol, assistent] i el Xavi [Domènech]" mentre que la resta de col·laboradors ajudava de forma molt puntual.

Contrastant amb aquesta organització prima i precària, Maarek afirma que s'ha de disposar de "un equipo de personas *ad hoc*" i que "el tipo de organización que debe establecerse suele ser bastante extenso, y tan complejo como si se tratara de una mediana empresa" (1997: pp. 189 i 191).

La campanya del 26J, per contra, està millor organitzada. Una primera prova d'això és que comptem amb els documents de campanya, cosa que a la convocatòria ni tan sols es va fer. A més, el "Document de Treball Estratègia" estableix com serà l'organització, que és amb un circuit per al candidat i un circuit secundari on els partits feien actes sectorials i de territori. A més, el mateix document inclou un calendari, fet que denota una certa preparació i una professionalització major que en la convocatòria del 20 de desembre de 2015.

Pel que fa l'organització de les campanyes d'En Comú Podem, podríem dir que si bé el 20D és una campanya "per intuïció" i amb molt escassos recursos, la del 26 és una campanya molt més professionalitzada que s'adapta millor a les anàlisis i recomanacions de Canel i Maarek.

El nou subjecte i la identitat 'comuna'

Una de les qüestions clau que volia investigar aquest treball és com s'ha construït la identitat política dels 'comuns', quin és el procés es crea tot un marc simbòlic nou i s'associa a un partit polític o a una candidatura. Canel (2008, p.46) diu que l'aportació del partit al missatge electoral es en base a tres components: 1) una "trajectòria històrica", és a dir, "un passat que dona garantia del que el partit és avui dia", 2) unes "característiques organitzacionals", una infraestructura i 3) uns "elements simbòlics" que serien coses com la bandera, el logo o l'himne (Canel, 2008, p.46).

En el cas de les campanyes d'En Comú Podem, hem vist com no només no es disposa de trajectòria històrica, sinó que fins i tot s'intenta *amagar* la trajectòria històrica dels partits que formen part de la candidatura i que sí que en tenen, com ICV i EUiA. Aquesta operació, que és vista amb bons ulls fins i tot pels dirigents d'Iniciativa (D. Cid, comunicació personal, 2 maig, 2017), no concorda precisament amb el marc teòric de Canel. D'una manera molt similar, tampoc acaben d'existir el tercer element descrit per l'autora, els "elements simbòlics". Tota la simbologia de les campanyes d'En Comú Podem és nova.

Aquesta circumstància possiblement té a veure amb la novetat que representen els 'comuns' en el panorama polític i les diferents fórmules en que han concorregut a les eleccions, que no els ha permès fins ara armar-se d'un arsenal simbòlic i d'un relat estructurat. També podem intuir un cert punt d'intencionalitat ja que els 'comuns' intenten fer una fortalesa del fet d'haver aparegut fa poc i fins i tot inclouen en els valors que el defineixen el de "nou" i "nova política" (En Comú Podem, 2016d).

A més, mancaria el segon component, les "característiques organitzacionals". En Comú Podem té una organització precària i gairebé inexistent en la campanya del 20D i una organització més sòlida el 26J. Aquesta infraestructura, però, és de campanya i pensada en termes temporals per recolzar la candidatura, de manera que és molt diferent a la que puguin tenir els partits ja establerts.

Una altra qüestió essencial en les campanyes i en la constitució del nou partit és la creació d'una identitat compartida, si existirà un sentiment de ser 'comuns'. La majoria d'entrevistats han argumentat que aquest sentiment ja començava a existir i que s'havia d'anar enfortint. En aquest sentit, un dels dirigents més explícits és Héctor Sánchez (comunicació personal, 11 maig, 2017), que remarca la importància de rebaixar els "identitarismes d'origen" per donar pas a la identitat 'comuna'. A més de la intenció dels dirigents, els entrevistats (P. Lo Cascio, comunicació personal, 2 maig, 2017) interpreten que hi ha una certa voluntat de les bases militants i electorals dels partits per identificar-se amb el nou espai.

Així doncs, podem dir que En Comú Podem no disposa de les tres característiques clàssiques que, segons Canel (2008), componen els partits. Per tant, construir un bagatge i un relat sobre aquesta experiència, enfortir una estructura i consolidar una sèrie d'elements simbòlics identificatius serà una de les tasques claus que haurà d'encarar el nou subjecte.

Per acabar, podem concloure en base a tot el material analitzat al llarg d'aquest treball que En Comú Podem ha fet una aportació decisiva a la consolidació del discurs dels 'comuns'. Aquest *onada* sorgida de l'èxit a les eleccions municipals de 2015 ha començat a bastir un relat polític sòlid i a cohesionar els dirigents, militants i votants al voltant d'una nova identitat política 'comuna'. Ara els 'comuns' hauran d'emprendre la tasca de crear una certa trajectòria històrica a través de la gestió i dels seus posicionaments públics que els serveixi d'aval com a partit, de consolidar una organització eficient i de consolidar una sèrie d'elements com el logo, el color i el nom. Aquesta tasca estarà sens dubte travessada pel tipus de discurs que els 'comuns' vagin construint.

Fonts consultades

- Agència EFE. (2015). Tania Sánchez: "Espanya està en una crisi de règim, com a 'Juego de tronos'". *Diari Ara*. Recuperat de http://www.ara.cat/politica/Tania-Sanchez-Espanya-Juego-Tronos_0_1341466154.html
- Ateneu Barcelonès. (4 novembre 2016). Reflexions sobre una Catalunya en comú [Vídeo]. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=wtd-Z7i8f9w>
- Canel, M.^a J. (2008). *La comunicación política: Una guía para su estudio y práctica* (2a edició). Editorial Tecnos: Madrid.
- Domènech, X. (26 desembre 2015). Escenaris de temps constituents. *El Periódico*. Recuperat de <http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/opinio/articulo-xavier-domenech-podem-escenaris-temps-constituents-4778762>
- Domènech, X. (2 maig 2016). Sortir del bloqueig. Reconstruir l'esperança. *El Periódico*. Recuperat de <http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/opinio/elecciones-generals-26j-comu-podem-5101766>
- Domènech, X. (14 setembre 2016). Una nova força política per a Catalunya. *La Vanguardia*. Recuperat de <http://www.lavanguardia.com/politica/20160914/41288849799/una-nova-forca-politica-per-a-catalunya.html>
- Domènech, X. (27 febrer 2017). Una nova eina per a Catalunya. *Revista Treball*. Recuperat de <http://revistatreball.cat/una-nova-eina-per-catalunya/>
- En Comú Podem. (2016). Document de Treball i Estratègia. Document no publicat.
- En Comú Podem. (2016). Relat i Missatges de Campanya. Document no publicat.
- En Comú Podem. (14 juny 2016). Guanyem el canvi. Per un catalanisme de majories [Vídeo]. Recuperat de <https://www.youtube.com/watch?v=m6KT2yKw86M>
- En Comú Podem. (2016). Relat Espai Polític. Document no publicat.
- Europa Press. (2012). Elecciones catalanas: La CUP cree que la "clave" de su éxito electoral es la "triple crisis" que hay en Catalunya. *La Vanguardia*. Recuperat de <http://www.lavanguardia.com/politica/elecciones-catalanas/20121126/54355664866/elecciones-catalanas-cup-clave-exito-electoral-triple-crisis-catalunya.html>
- Maarek, P. J. (1997). *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. Paidós: Barcelona.
- Marqués, J. (2017). La comunicación política desde la óptica de la investigación. *La revista de ACOP*, 13, 5-11.
- Martínez Nicolás, M. (2007). Agitación en el campo. Nueve ideas para la investigación sobre Comunicación Política en España. *Política i Sociedad*, Vol 44, No 2 (2007), 209-227.

- Piñol, A. (2017). Podem se descuelga de la fundación del partido de Colau. *El País*. Recuperat de http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/03/29/catalunya/1490780985_565160.html
- Porta, A. (14 setembre 2016). Què és l'hegemonia convergent?. *Crític*. Recuperat de www.elcritic.cat/blogs/sentitcritic/2016/12/23/que-es-lhegemonia-convergent/
- Schmer, A. (any). *La Campaña Electoral Permanente. El gran miedo de la oposición*. (Treball de final de grau). Recuperat de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyecto graduacion/archivos/2684.pdf
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg: Mètodes per investigar en comunicació*. Eumo Editorial: Capellades
- Vinuesa, M.^a Lourdes. (2005). *La encuesta, observación intensiva de la realidad social*. Dins Berganza, M.^a Rosa i Ruiz San Román, José A. (2005) *Investigar en comunicación: Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Mc Graw1.2 Marc teòric Hill: Madrid.

Annex 1 – Entrevistes

Com hem explicat a l'apartat de metodologia, totes les entrevistes realitzades per aquest treball s'han citat com a comunicacions personals i no estan incloses al llistat de fonts consultades. Tot i així, podeu trobar-ne els enregistraments d'àudio disponibles per a ser consultats en una carpeta del servei d'emmagatzematge en línia Dropbox. Accediu-hi a través d'aquest enllaç:

<https://www.dropbox.com/sh/ozbcbcyat4tz7tr/AABcMmLNcXa3EI1Y9L0iECkja?dl=0>